

CÁTIA INÊS SCHUH

**A PROSPECÇÃO PÓS-MODERNA DA COMUNICAÇÃO
VISUAL NO IMAGINÁRIO DE FRIDA KAHLO**

Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Beatriz Furtado Rahde

Porto Alegre,
outubro de 2006.

SCHUH, Cátia Inês

A prospecção pós-moderna da comunicação visual no imaginário de Frida Kahlo / Cátia Inês Schuh – Porto Alegre, 2006.

212 f. : il.

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

Orientador: Maria Beatriz Furtado Rahde

1. Frida Kahlo 2. Comunicação 3. Imaginário 4. Consumo 5. Arte 6. Pós-modernidade I. Rahde, Maria Beatriz Furtado. II. Pontifícia Universidade Católica de Rio Grande do Sul III. Título.

CDU: 659.13

CÁTIA INÊS SCHUH

**A PROSPECÇÃO PÓS-MODERNA DA COMUNICAÇÃO
VISUAL NO IMAGINÁRIO DE FRIDA KAHLO**

Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em ___ / ___ / 2006

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. Maria Beatriz Furtado Rahde

Prof (a) Examinador (a)

*À querida Voní Eidt,
que sem saber, começou este trabalho.
Pelo seu amor à arte, mas, sobretudo,
pelo seu amor às pessoas.*

AGRADECIMENTOS

Toda lista de agradecimentos, por mais extensa que seja, esquece de pessoas, pois o trabalho é longo e a ajuda constante. Começo pelos não nomeados, pois eles também estão nas entrelinhas. Meus amigos, minha família, meus colegas.

Minha gratidão à minha professora, orientadora de graduação, colega e amiga Anny Baggiotto, por que me trouxe para este caminho e me acompanhou sempre. E também para Aletéia Selonk e Aline Strelow, colegas de mestrado, de doutorado, de almoço, de dúvidas e de sonhos. Para Janice Alves Cancela, uma colega em tudo e um incentivo constante.

Para minha querida orientadora Maria Beatriz Furtado Rahde, um agradecimento que vai além das orientações, indicações e dedicado acompanhamento. Mas, especialmente, por ter acreditado em mim e, por duas vezes, ter me dado oportunidade e o privilégio de estudar ao seu lado. Obrigada, professora Bia, por ter feito de mim alguém melhor.

Obrigada também aos meus pais, para os quais, depois de tantas páginas, eu não encontro palavras, e talvez nunca venha a encontrar. Mas é disto que são feitas as teses, da procura constante pela idéia resumida.

Frida ri às gargalhadas e pinta esplêndidas telas desde o dia em que foi condenada à dor incessante.

A primeira dor ocorreu lá longe, na infância, quando seus pais a disfarçaram de anjo e ela quis voar com asas de palha; mas a dor de nunca acabar chegou num acidente de rua, quando um ferro de bonde cravou-se de um lado a outro (...) Desde então, ela é uma dor que sobrevive (...) e na cama de hospital começou a pintar seus auto-retratos, que são desesperadas homenagens à vida que lhe sobra.

Eduardo Galeano (1998)

RESUMO

A presente tese discute a hipótese de que as imagens da prospecção pós-moderna das obras da pintora modernista Frida Kahlo suscitem interpretações convergentes com as necessidades atuais, e que, paralelo a isto, haja uma identificação com sua figura e obra.

À luz da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), nosso trabalho começa no entendimento teórico da imagem, relacionando a comunicação visual com a história da visualidade do homem e, portanto, de seu imaginário. Caminho que nos leva às imagens modernas de Frida, cuja análise e interpretação servirão de suporte para o posterior entendimento das imagens contemporâneas prospectadas a partir destas.

Através da tríplice análise das imagens modernas (a obra) e pós-moderna (da mídia), traçamos inferências sobre a identidade e gênero, moda e sedução geradas pelas imagens de Kahlo no contemporâneo, cumprindo os objetivos propostos e comprovando a tese a qual este trabalho se propôs.

Palavras-chave: Frida Kahlo. Comunicação. Imaginário. Consumo. Pós-modernidade.

ABSTRACT

The present thesis discusses the hypothesis which the images of the post-modern prospection of the work by the modernist painter Frida Kahlo allow convergent interpretations to the present necessities and identification with her own image and paintings.

To the light of the depth hermeneutics (THOMPSON, 1995), our paper begins with theoretical understanding of the image, relating the visual communication to the history of the man visualization. Therefore, his imaginary, leading us to the modern images painting of Frida, which analysis and interpretation will provide support to the post-understanding of the contemporaneous image prospect from those.

Throughout, the triple analysis of the modern images (the work of art) and post-modern (the medium), we draw inferences upon identity and genre, fashion and seduction resulted by Kahlo's images in the contemporaneous, keeping to the suggested objectives proving the thesis of this research.

Key-words: Frida Kahlo. Communication. Imaginary. Post-modern. Consumption.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1:	Papiro de Nany e a HQ.....	39
Figura 2:	Composições piramidais: Mona Lisa e Pietá.....	46
Figura 3:	Composições piramidais nas fotografias.....	47
Figura 4:	O realismo e a denúncia social em Daumier e na fotografia jornalística.....	50
Figura 5:	Pontilhismo de Seurat e a composição reticular em impresso...	53
Figura 6:	Notre Dame de Matisse.....	54
Figura 7:	A evidente inspiração: obra de Mondrian e logotipo da L’Oreal.	56
Figura 8:	Anúncio gráfico da Siemens e página da revista Vogue.....	57
Figura 9:	O inusitado na obra surrealista e na peça publicitária.....	59
Figura 10:	Anúncio da Joalheria Natan.....	67
Figura 11:	Frida vestida como um homem – 1926.....	87
Figura 12:	Fragmento do diário de Frida Kahlo.....	88
Figura 13:	Auto-retrato dedicado ao Dr. Eloesser, 1940.....	91
Figura 14:	O veado ferido e a raiz.....	92
Figura 15:	As duas Fridas.....	94
Figura 16:	A dor retratada e legendada.....	95
Figura 17:	Mis abuelos, mis padres e yo.....	96
Figura 18:	Lo que me dio el água.....	98
Figura 19:	Obra de Kahlo em 1949.....	99
Figura 20:	A fotografia de casamento.....	100
Figura 21:	A coluna bipartida.....	101
Figura 22:	Auto-retrato – The frame.....	102
Figura 23:	Detalhe da mão.....	113
Figura 24:	Detalhes da obra.....	114
Figura 25:	O ex-voto.....	122
Figura 26:	A obra e o cartaz de cinema.....	140
Figura 27:	Frida Kahlo em foto de arquivo e Salma Hayek em foto de divulgação.....	141
Figura 28:	Salma Hayek e Frida Kahlo.....	142

Figura 29:	Inspiração em Frida Kahlo.....	143
Figura 30:	Muda Frida Kahlo.....	144
Figura 31:	Nova Frida.....	145
Figura 32:	Nova Frida.....	146
Figura 33:	Roupas nacionais e cultura internacional.....	147
Figura 34:	Roupas nacionais e cultura internacional.....	148
Figura 35:	Frida Kahlo.....	149
Figura 36:	Etiqueta verão 2003.....	150
Figura 37:	Uma roupa e um rosto.....	151
Figura 38:	Propositalmente idênticas.....	153
Figura 39:	A pintora e sua obra.....	155
Figura 40:	Roupa de casamento.....	156
Figura 41:	As flores de Frida.....	158
Figura 42:	Reinterpretações das flores.....	159
Figura 43:	O xale de Frida.....	160
Figura 44:	Reinterpretando o xale.....	161
Figura 45:	Bijutérias.....	164
Figura 46:	A bela Frida Kahlo.....	181
Figura 47:	Sedução e sensualidade em Kahlo.....	188
Figura 48:	Frida Kahlo em versão pós-moderna.....	194

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
METODOLOGIA	16
1 COMUNICAÇÃO VISUAL E IMAGINÁRIO	26
1.1 A IMAGEM.....	27
1.2 A IMAGEM E A COMUNICAÇÃO VISUAL	33
1.3 IMAGEM E IMAGINÁRIO	62
1.3.1 Imagens de arte e de publicidade no imaginário do cotidiano	68
2 AS IMAGENS MODERNAS DE FRIDA KAHLO	76
2.1 ESPELHO DE FRIDA.....	77
2.2 A TELA DE FRIDA.....	90
2.3 FRIDA KAHLO NO ESPELHO.....	103
3 A PROSPECÇÃO PÓS-MODERNA DAS IMAGENS DE KAHLO.....	124
3.1 A PÓS-MODERNIDADE E AS IMAGENS DE KAHLO.....	125
3.1.1 Um contexto sócio-histórico de consumo.....	131
3.2 REVISITANDO AS IMAGENS DE KAHLO	138
3.3 IMAGENS DE KAHLO NUMA PROSPECÇÃO PÓS-MODERNA	151
4 GÊNERO, IDENTIDADE E SEDUÇÃO NO IMAGINÁRIO DE FRIDA KAHLO	169
4.1 SOCIEDADE COMPLEXA. IDENTIDADE COMPLEXA	171
4.2 O FEMININO SEDUTOR E COMPLEXO	176
4.3 IDENTIDADE E IDENTIFICAÇÕES NAS IMAGENS PÓS-MODERNAS....	190
CONSIDERAÇÕES FINAIS	197
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	205

INTRODUÇÃO

Para além dos paradigmas, das limitações – ou não – de campo, da análise de obras e autores fundadores, pesquisar na área da comunicação significa também estar em contato com objetos e situações muito corriqueiras. De tão banais, tais fenômenos passam despercebidos pela maioria das pessoas, mas são de interesse do pesquisador, que vê, *no fundo das aparências*, fragmentos que contam, remontam, apontam comportamentos e tendências sociais.

A atualidade veloz e ao mesmo tempo fugaz é rica em tais acontecimentos. São novas modas e modismos, costumes em transformação, descobertas, recriações, pesquisas, experiências, situações inusitadas numa contemporaneidade efervescente, rica de sensações em que todos querem experimentar de tudo. E neste turbilhão, como é característico da pós-modernidade, acontecem mudanças na noção de limites, de hierarquia de importância, de valores definidos. Assim, noticiar a queda de um presidente pode ser tão importante quanto veicular uma notícia sobre o casamento de uma celebridade; e escolher um maço de cigarros exige a mesma sedução que um litro de leite.

Este fenômeno, que Gilles Lipovetsky (1989) batizou de *Império do efêmero*, nos atrai na medida em que, como pesquisadores – mas também cidadãos e consumidores – não podem deixar de perceber que alguns produtos ou idéias se sobressaem às outras no mercado. Também como professores e/ou profissionais de publicidade e propaganda, refletimos sobre conceitos e campanhas que deram ou não certo, estratégias de sedução que são mais ou menos eficientes, e desta reflexão, começa a surgir este trabalho.

Iniciamos refletindo sobre alguns estudos no campo da comunicação como a hipótese de *agenda setting* (HOHLFELDT, 2001) mostrando que a mídia é capaz de propor um tema, que, se aceito, passará da agenda da mídia para os assuntos do cotidiano dos sujeitos. Foi assim, por exemplo, no recente episódio da queda de um avião da empresa área Gol na Amazônia, que pôs a população em vigília, desde os boletins de notícia até a contagem dos corpos. Não apenas pela curiosidade a

respeito do tema, mas pela incapacidade de fugir do assunto, que era noticiado em telejornais, rendia várias páginas de periódicos, invadiu os programas de variedade. Fato semelhante ocorre quando a mídia tenta nos vender uma idéia, um conceito, e por isto, agenda-o em boa parte de sua programação, com doses variadas de informação sobre o assunto. Num efeito dominó, uma mídia agenda a outra, bem como os sujeitos, quando interessados, acabam recorrendo a esta pesquisa fácil.

Deste mesmo efeito surgiu o tema deste trabalho: a coleção primavera-verão 2002/2003 que apareceu numa vitrine do Shopping Iguatemi (Porto Alegre) com fitas multicores e pequenas telas com auto-retratos de uma pintora pouco conhecida e até então pouco comentada. Somente um esforço de memória poderia relacionar as saias coloridas e as batas bordadas com aquele nome: Frida Kahlo. O que viria a seguir seria uma série de editorias de moda, programas de TV, catálogos, livros e reportagens sobre esta pintora mexicana, culminando, meses depois, com a estréia de um filme biográfico chamado *Frida* (Julie Taymor). A moda contemporânea e as pesquisas do passado trouxeram Frida Kahlo à mídia misturando reportagens e anúncios, fatos e interpretações, releituras e imagens. Frida globalizava-se. Saía da arte para alcançar outros campos, como a publicidade e a moda, por exemplo.

O fato de um ícone de o mundo artístico emprestar seu nome à moda e à publicidade não é novo. Pelo contrário, cada vez mais temos carros chamados *Picasso* e obras de Tarsila do Amaral em copos de requeijão. O que instiga nossa curiosidade é saber por que Frida Kahlo – mulher, deficiente física, latino-americana, pouco conhecida – volta à tona, e certamente com mais força de que em seus tempos. A hipótese deste trabalho é de que a prospecção pós-moderna das obras da pintora modernista suscite interpretações convergentes com as necessidades atuais e que, paralelo a isto, haja uma identificação com sua figura e obra.

Por extensão, este trabalho começa em seu primeiro capítulo investigando as imagens e sua capacidade de comunicar (conceitos, valores, idéias, mensagens). Estudaremos a história da visualidade como um processo apreendido/criado pelo homem como parte importante de seu desenvolvimento, uma vez que acreditamos que as imagens evocam diversos aspectos as quais poderão ser resgatadas e, finalmente, culminarão nesta sociedade de imagens onde vivemos hoje – uma

sociedade que hibridiza visualidades de diferentes tempos com diferentes sentidos, gerando o que chamamos de imagens pós-modernas. Estas imagens pós-modernas têm, em grande parte, um fim de sedução mercadológica, já que vivemos em uma sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 1981).

Para chegar às imagens pós-modernas, começaremos por tentar explicar o que é uma imagem, sua possibilidade de leitura (MANGUEL, 2001) e interpretação via imaginário (THOMPSON, 1995; RUIZ, 2004), suas interações nos campos da arte e publicidade tendo como pano de fundo o cotidiano (ROQUE, 1995). Desta forma, pretendemos com o primeiro capítulo alicerçar as bases deste estudo, dedicando-nos à investigação das imagens sob diferentes prismas, e, sobretudo, mostrando-as como uma ferramenta de comunicação ao longo da história da visualidade humana. Acreditamos que, feita esta primeira análise, ela nos dará elementos para as análises e interpretações posteriores acerca de nosso objeto de estudo – a prospecção pós-moderna das imagens modernas de Frida Kahlo.

No entanto, para falar de pós-modernidade, é preciso falar primeiro em modernidade, que pretendemos dedicar o segundo capítulo desta pesquisa. A modernidade que, com seus ideais de inovação e progresso, foi o berço de Frida Kahlo e sua obra modernista será revisada buscando a consonância de seus conceitos com a vida e o trabalho visual da pintora mexicana. Neste intento, buscaremos referências tanto nas obras pictóricas de Kahlo, quanto em publicações que trazem à tona sua vida pessoal, como as cartas e diários da pintora, sem perder de vista os autores que conceituam a modernidade.

Com a compreensão da modernidade, o terceiro capítulo poderá então – servindo-se da revisão dos capítulos anteriores – observar e analisar a prospecção pós-moderna das imagens de Frida Kahlo na mídia, imagens que vêm desde a divulgação do filme *Frida* (TAYMOR, 2003), até os editoriais de moda. Para tanto, revisaremos a definição de pós-modernidade, seus preceitos e algumas temáticas para as quais esta nos conduz como a questão do consumo.

Através da análise e interpretação das imagens contemporâneas de Kahlo vistas no terceiro capítulo, a própria questão do consumo que permeia estas

imagens, nos levará as outras categorias *a priori* como a questão da identidade dos sujeitos pós-modernos, especialmente na questão de gênero. Por isto, a necessidade de criar um quarto capítulo, que fale de gênero, sedução – pelo viés do consumo – e identidade na prospecção pós-moderna da comunicação visual no imaginário de Frida Kahlo.

Estes quatro capítulos serão investigados através da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), já que concebemos a imagem como uma forma simbólica, conforme explicaremos no item a seguir: a metodologia. De antemão, acrescentamos que a categoria imaginário é fundamental para o entendimento dos capítulos, por que é a partir dele que vamos procurar analisar as questões que se põem neste trabalho. Por isto, o imaginário nos acompanha desde a apresentação da metodologia e será retomado em parte no primeiro capítulo, junto com o estudo da imagem, e nos auxiliará a responder a questão: nascida num contexto modernista é possível estabelecer que a obra de Frida Kahlo apresente prospecções modernas diante do fenômeno da mídia contemporânea?

Feitas estas considerações iniciais, esta tese pretende cumprir os objetivos de:

- apresentar a imagem como forma/ferramenta de comunicação, que tem sua história ligada ao desenvolvimento da visualidade do homem, e desta forma investigar o porquê das imagens de Kahlo retornarem num momento onde a tecnologia parece ter assumido à frente da arte e da moda;
- traçar uma ponte entre a arte e a comunicação via imagem e imaginário, e através dela demonstrar a sedução da imagem/imaginário de Frida Kahlo na modernidade e na pós-modernidade;
- a partir da relação da imagem/sedução, analisar no que diz respeito à beleza, ao corpo e à moda a questão do gênero.
- investigar a possibilidade de a obra de Frida ser bem aceita na contemporaneidade, pois este momento pós-moderno que vivemos aceita e inclui o feio, o sujo e o bizarro;

- relacionar a falta de fronteira vida x obra de Kahlo com a falta de fronteiras experimentadas pelos sujeitos pós-modernos e seu encanto pelo que é de domínio público, aberto, escancarado.

Para o alcance dos objetivos expostos, defrontamo-nos com a seguinte tese:

A prospecção pós-moderna da comunicação visual no imaginário de Frida Kahlo apresenta visualidades que remetem ao pós-moderno e suscita identificações com questões latentes da contemporaneidade.

METODOLOGIA

O presente estudo se constitui numa pesquisa descritiva, qualitativa e interpretativa acerca da prospecção pós-moderna das imagens midiáticas a partir da obra da pintora modernista Frida Kahlo.

Cientes de que, na contemporaneidade, muitos artistas e obras emprestaram sua aura/status à mídia, consideramos Frida Kahlo um recorte significativo para ilustrar esta tendência, bem como as causas e conseqüências deste processo de apropriação da arte pela mídia, especialmente a publicidade. Delimitando mais ainda o tema, vamos nos concentrar nas imagens, pois, além de nossa área de interesse, percebemos empiricamente seu crescimento e importância na atualidade.

Assim, analisaremos as imagens modernas das obras de Frida Kahlo e suas apropriações na pós-modernidade à luz da Hermenêutica de Profundidade, de John B. Thompson (1995), justificando a escolha do método porque, tal como o autor, percebemos as imagens como formas simbólicas, ou seja, “construções significativas que exigem uma interpretação; elas são ações, falas, textos que, por serem construções significativas podem ser compreendidas” (THOMPSON, 1995, p.357). Neste sentido, analisar e interpretar as imagens de Kahlo – sejam elas pictóricas ou relidas na mídia – através da Hermenêutica de Profundidade, nos

parece apropriado uma vez que vida e obra da pintora mexicana parecem partilhar o mesmo espaço imagístico, remetendo a inúmeras leituras.

Em outras palavras, podemos inferir que, para chegar às obras de Frida Kahlo, é preciso antes conhecer a mulher que as pintou; e esta mulher é fruto de um tempo e de condições muito específicas, que inferem no que ela vai pintar, e porque não, até no que vai ser percebido em suas telas. Da mesma forma, a Hermenêutica de Profundidade pode auxiliar nossa reinterpretação das imagens pós-modernas de Frida porque traz à luz um conjunto de condições sob as quais os sujeitos contemporâneos percebem estas imagens na mídia, nos apontando pistas para a compreensão da interpretação que estes têm delas.

Além disto, existe uma série de considerações que ligam a interpretação da obra de Frida Kahlo ao emocional, ao psicológico, ao subjetivo. Indo às raízes da Hermenêutica, encontramos em Dilthey (1952) uma valorização destes aspectos subjetivos na busca de uma verdade, ou melhor, diríamos de verdades interpretadas nas diversas situações e tempos.

Na tentativa de interpretação, ou como prefere Thompson (1995), a reinterpretação destas imagens/formas simbólicas, a categoria imaginário se faz fundamental. E é por isto que optamos por começar a falar de imaginário neste momento em que apresentamos a metodologia da pesquisa, pois desta forma poderemos demonstrar a ligação construída entre o objeto (enquanto forma simbólica) e o método. Como tentaremos expor, eles se mesclam e se complementam na teia imaginária.

Para Thompson (1995) a metodologia da Hermenêutica de Profundidade permite uma análise bastante abrangente das formas simbólicas. Esta análise leva em conta o momento histórico, as condições sociais, a materialidade, a discursividade do objeto, entre outras coisas. E é a partir do cruzamento destas análises que chegaremos a algumas considerações sobre nossa forma simbólica. Este trabalho parte da premissa de que é através do imaginário que os sujeitos dão sentido (suas análises e interpretações) às formas simbólicas. Mas porque precisamos do imaginário? Por que imaginar nos *religa* ao mundo.

Segundo Ruiz (2004) a consciência da alteridade, da identidade própria, do saber-se individual separou o homem e o mundo que o cercava. Mas esta fratura irreversível que é bênção também é dor: uma angústia constante que leva o homem a ser sempre um ser *desejante*; ele deseja a sutura, religar-se com o mundo. Ou seja, a impossibilidade da religação leva à insatisfação e esta movimenta o desejo permanente. Paradoxalmente insatisfação e desejo. Desta forma o homem está destinado a ser um ser criador. Ele cria ou recria sentidos, representações. “Esta nova relação com o mundo se efetua por meio da construção de sentido que o sujeito institui para tudo aquilo que o rodeia” (RUIZ, 2004, p. 59).

Sendo que “a fratura é real e a sutura simbólica” (RUIZ, 2004, p. 58), o sujeito tende a suturar esta fratura através da criação/atribuição de sentido às coisas. Então:

o sentido constitui, pois, a ponte que liga ambos (...) é sempre uma construção simbólica. Ele é uma significação criada (...) como uma forma de simbolizar a realidade. O ser humano, distanciado irremediavelmente da realidade, une-se a ela por meio da dimensão hermenêutica, a qual forma parte constitutiva de sua pessoa (RUIZ, 2004, p. 59).

O mesmo autor complementa que, da mesma forma que não é facultado ao homem a escolha de ter ou não alteridade, ele também não pode escolher ser ou não hermeneuta, “a *hermeneusis* é a condição de possibilidade de sua existência” (RUIZ, 2004, p. 60). Em outras palavras, é por meio do imaginário simbólico que o homem faz a tentativa da religação/sutura com o mundo. Atentemos que, na busca da religação, nossa condição de hermeneuta engloba campos de significado, significação, símbolos, interpretações que vão desde a ciência até a metafísica, na tentativa de entender estes aspectos simultaneamente “o método só pode, portanto, ser o seguinte: busca das conexões. Sua suplementação com interpretação” (DILTHEY, 1992, p. 43). Por isto, nossa escolha em trabalhar junto ao método hermenêutico, a categoria imaginário.

A palavra hermenêutica vem de Hermes, que, na mitologia, é aquele que transmitia a mensagem dos deuses aos humanos; mas, além de anunciar, Hermes servia de intérprete destas mensagens. De sua origem etimológica e histórica temos

as duas tarefas da hermenêutica: “uma determinar o conteúdo do significado exato (...) outra, descobrir as instruções contidas em formas simbólicas” (BLEICHER, 1992, p. 23), neste caso, as palavras dos deuses.

Buscando na filosofia as origens dos estudos de hermenêutica, encontramos as bases epistemológicas em Dilthey (1952), como uma tentativa de reunir teoria e prática na busca da interpretação de sentido. Dilthey (1952) demonstra uma preocupação constante em não separar a metafísica, a poesia, a arte, a religiosidade, a literatura, a cultura da filosofia. Pelo contrário, especialmente em sua *Teoria das concepções de mundo* (1992), o filósofo propõe a multiplicidade de interpretações não como um problema, mas como uma possível solução – ou seriam soluções?

Observamos também em Stein (1996, p. 45) que “A hermenêutica é esta incômoda verdade que se assenta entre duas cadeiras, quer dizer, não é nem uma verdade empírica e nem uma verdade absoluta – é uma verdade que se estabelece dentro das condições humanas do discurso e da linguagem”. O problema da hermenêutica seria então saber como é possível o processo de produção de sentido e como tornar objetivas as descrições de sentido subjetivas e intencionais, cientes de que elas assim o são, ou seja, subjetivas e intencionais.

Bleicher (1992) aponta três tendências da hermenêutica contemporânea com opiniões distintas acerca deste problema. A hermenêutica crítica (que se norteia pelo princípio da razão), a filosofia hermenêutica (mais preocupada com a compreensão) e a teoria hermenêutica preocupada com a problemática da interpretação como metodologia. É nesta última que vamos nos apoiar.

A Hermenêutica de Profundidade é uma teoria de produção de sentido proposta por Thompson (1995) como uma metodologia para a análise e interpretação das formas simbólicas. A partir desta afirmação, percebemos o apelo à vida e obra de Frida, como um fato construído cuja significação é passível de interpretação, ou ainda, de interpretações. Na pluralidade destas interpretações acerca do objeto Frida, a observaremos como uma forma simbólica em plena interação com seus intérpretes.

Assim, quando os analistas sociais procuram interpretar um objeto que pode ser, ele mesmo, uma interpretação, e que pode já ter sido interpretado pelos sujeitos que constroem o campo-objeto, do qual a forma simbólica é parte (THOMPSON, 1995, p. 359).

A interpretação como fenômeno dinâmico traz paradoxalmente uma impressão de que sua fluidez nos traz respostas. Não respostas definitivas, mas interpretativas dentro de um tempo e um espaço. “É por isto que a hermenêutica é, de alguma maneira, a consagração da finitude” (STEIN, 1996, p. 45).

Em nosso entendimento, a possibilidade de interpretação, ou melhor, de reinterpretação do objeto, é muito estimuladora no momento que não limita nossas análises e conclusões como as únicas possíveis, mas como as mais apropriadas segundo a convergência dos dados e teorias. Enquanto pesquisadores da área da comunicação trabalham com objetos dinâmicos, sempre aliados à cultura, ao entendimento interpretativo e ao gosto estético de outros sujeitos. Ora, a cultura, o grau de compreensão e até mesmo o gosto são variáveis cambiantes, difíceis de medir com precisão, permitindo apenas aproximações; e são estas aproximações sobre dados oscilantes que nos interessam não uma verdade final – o que, inclusive, entraria em confronto com o pensamento pós-moderno. Desta forma, reconhecemos o objeto como forma simbólica, portanto, como algo internamente estruturado de maneira articulada, passível de leitura/interpretação.

Aceitando as imagens de Frida como forma simbólica, partimos então para a metodologia que, segundo Thompson (1995), é adequada na verificação e na compreensão das formas simbólicas: a Hermenêutica de Profundidade. Com este método o autor propõe que, sobre o objeto, sejam traçadas as seguintes análises:

- análise sócio-histórica
- análise discursiva/formal
- interpretação/reinterpretação

Nesta tríplice análise proposta pelo autor, a primeira delas seria a sócio-histórica, o momento em que são levantados os dados sobre o tempo, as condições

sociais e históricas em que o objeto está inserido. Thompson (1995) destaca o fato de que as experiências dos indivíduos sempre se dão num contexto histórico no sentido de que algo só é construído a partir de experiências passadas. Estas experiências entram para nossa cultura como tradições, por isto a análise sócio-histórica – primeiro ponto proposto pelo autor – abrange uma análise cultural que pode ser explicada como “o estudo das formas simbólicas em relação aos processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e através dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, estruturadas e recebidas” (THOMPSON, 1995, p. 363).

Esta preocupação com uma análise que dê conta das subjetividades culturais e históricas pode ser encontrada em Dilthey (1992), quando este autor propõe um olhar que possa construir aspectos subjetivos em relação ao objeto estudado.

Aplicado ao nosso objeto, propomos seguir os passos indicados por Thompson (1995), verificando a *situação espaço temporal* onde surge a obra de Kahlo e, ao verificar a prospecção destas obras em imagens pós-modernas, relacionaremos os *campos de interação* destas, tais como: a moda, o comportamento, a postura, o mito, a sedução a que está ligada, bem como as *instituições e a estrutura social* do qual faz parte. Há que não esquecer dos *meios técnicos* que permitem a divulgação e aperfeiçoamento destas imagens, que recuperamos desde o primeiro capítulo, quando traçamos uma breve história da visualidade do homem.

Trazendo para nosso tema, vemos que a metodologia nos proporciona o primeiro passo deste trabalho que é o de investigar a modernidade de Frida e o contexto histórico de suas criações. Na posterior interpretação/reinterpretação das obras de Kahlo, precisamos primeiro alcançar algum entendimento sobre o momento histórico em que estas foram criadas, bem como as condições que cercavam a concepção das telas, não desprezando nem mesmo a história pessoal da pintora, que acreditamos ter contribuição nisto. Posteriormente, será feita a análise sócio-histórica do contexto pós-moderno em que as imagens da mexicana são recriadas,

levando em consideração algumas conseqüências deste tempo, como o domínio de uma sociedade de consumo, e as inter-relações com as identidades dos sujeitos.

Logo após uma análise discursiva da sua obra, pois o passo seguinte indicado por Thompson (1995), conforme a HP, é uma análise narrativa argumentativa acerca do objeto, que faremos apoiados nas idéias de pensadores contemporâneos que versam sobre assuntos relacionados ao objeto Frida, e que, junto à teoria da imagem e imaginário revisada no primeiro capítulo, possibilitarão uma reinterpretação deste, próximo ponto proposto pela Hermenêutica de Profundidade.

Ressaltamos o termo reinterpretação, pois falamos aqui de um objeto já interpretado por outros cientistas sociais, em análises que podem ser feitas a partir do ponto de vista da arte, ou talvez da psicologia, da história, enfim, o fato é que a pluralidade de interpretações pode ser múltipla, dependendo dos elementos elencados para tal análise. O próprio espectador, ao contemplar um quadro, tem sua própria leitura/interpretação deste, e esta difere da leitura de um erudito em arte; e estas ainda podem variar dependendo do tempo e do espaço em que são vistas as imagens. Em nossa visão, estas leituras ou interpretações não se invalidam, pelo contrário, se complementam. Acordamos, neste sentido, com Dilthey (1992, p. 51), quando, levando em conta a subjetividade desta leitura e simbolização, complementa: “Estes símbolos devem integrar-se na conexão da imagem e do mundo. A quantidade de pensamentos conceptuais que existe em tal imagem do mundo é a que também se deve aplicar para obter uma elucidação e análises conceptuais destes símbolos”. Thompson (1995, p. 376) complementa:

Ao desenvolver uma interpretação que é a medida pelos métodos do enfoque da Hermenêutica de Profundidade, estamos reinterpretando um campo pré-interpretado, estamos projetando um significado possível, que pode divergir dos significados construídos pelos sujeitos que constituem o mundo sócio-histórico.

Esclarecemos que também nossa interpretação/reinterpretação não será única ou totalizadora, especialmente se levado em consideração que temos objetivos e estes nos levam para o campo da comunicação social, da imagem como

portadora de uma mensagem, e de uma mensagem que atravessa o tempo e é resgatada sob forma de consumo.

Destacamos que, não por acaso, a tríplice análise proposta por Thompson (1995) engloba as tarefas da hermenêutica já propostas em sua origem: a de determinar o conteúdo e significado (análises sócio-históricas e discursivas) e descobrir as instruções contidas nas articulações internas das formas simbólicas (BLEICHER, 1992).

Com esta metodologia pretendemos que, ao reler a obra de Kahlo, vinda da modernidade, encontremos visualidades que remetam ao pós-moderno, no qual a comunicação visual da contemporaneidade se encontra presente, como explicitado na tese de nossa pesquisa. Para tanto, justificamos que a tríplice análise será aplicada conforme a proposta de Thompson (1995) sobre o objeto de estudo apresentado nos capítulos dois e três deste trabalho. O capítulo primeiro, que serve de base e suporte para os subseqüentes, uma vez que trata de imagens em geral, não é submetido às etapas previstas pelo método, apesar de ser construído, tendo em vista a teoria da interpretação de sentido. Já o quarto capítulo também será apresentado sem a formalização da tríplice análise. Justificamos este procedimento, pois o capítulo deriva dos anteriores, e as inferências trazidas nele serão provenientes das análises apresentadas pelos capítulos dois e três.

Apresentado o método e sua distribuição ao longo do trabalho, é preciso falar agora do recorte sobre o objeto. Sendo que nosso objeto é a prospecção midiática das imagens de Frida Kahlo e que, para falar dela, não podemos fugir da compreensão das imagens modernas da pintora – sua obra – no segundo capítulo, tendo em vista a vasta obra da pintora mexicana (são mais de duzentas telas), optamos por escolher dez destas telas que consideramos representativas da visualidade da pintora. São elas: *Auto-retrato pintado para o Dr. Eloesser*, (1940); *Veado Ferido* (1946); *As duas Fridas* (1939); *Hospital Henry Ford* (1932); *Mis abuelos, mis padres e yo* (1936); *O que eu vi na água* (1938); *O abraço amoroso entre o Universo, a Terra (México), eu, o Diego e o Señor Xaólotl* (1949); *Frida e Diego Rivera* (1931); *A coluna bipartida* (1944) e *The Frame* (1938).

Acreditamos que estas telas sejam representativas da visualidade de Frida Kahlo, porque são auto-retratos, o gênero predileto da pintora. Também porque percebemos empiricamente que estas são as imagens auráticas de Kahlo com mais repercussão na mídia, portanto, de maior conhecimento do público e, provavelmente, nas quais ele irá se apoiar para compreender a prospecção pós-moderna das imagens de Frida. Além disto, algumas obras como o *Hospital Henry Ford*, o *Veado Ferido*, e *O que eu vi na água*, foram escolhidas por ilustrarem momentos sócio-históricos da vida da artista, como seu aborto, a relação com o surrealismo ou com a cultura mexicana.

Como a intenção do trabalho não é na parte artística da obra, mas na sua capacidade comunicativa, quiçá no que ela comunica para além do seu tempo, não houve uma preocupação com a cronologia das telas, mas no encadeamento de idéias, para que as análises e interpretações/reinterpretações delas servissem de base para a compreensão das imagens contemporâneas.

Quanto a estas últimas, optamos por analisar e interpretar a luz da Hermenêutica de Profundidade, as imagens veiculadas na mídia impressa nos meses de fevereiro, março e abril de 2003, nos seguintes veículos: Revista Elle e Revista Cláudia (por serem revistas de circulação nacional voltadas ao público feminino); Jornal Zero Hora e Jornal Correio do Povo (jornais de circulação estadual); Revista Caras (voltada para variedades e entretenimento); a Revista de Cinema Set e o Cartaz do filme *Frida* (TAYMOR, 2003), que são os meios pelos quais estudamos as imagens do filme, já que optamos por analisar imagens fixas (MOLES, 1976); o catálogo promocional da grife brasileira Carmim e uma etiqueta de roupas da marca.

Como a mídia usa o recurso da imagem como estratégia de atenção, os meios escolhidos proporcionaram uma grande quantidade de imagens, sendo que, para a aplicação da tríplice análise (THOMPSON, 1995), escolhemos aquelas que, a nosso ver, eram mais representativas do todo e mais ilustrativas dos pontos que gostaríamos de discutir. Porém não abrimos mão de, em outros momentos, lançarmos mais imagens das mesmas fontes.

Esta metodologia não pretende apresentar-se em capítulo à parte. Acreditamos que, para maior compreensão da Hermenêutica de Profundidade, será enfocada e utilizada ao longo deste estudo, conforme relatado acima, uma vez que tal procedimento parece-nos mais adequado ao tema.

1 COMUNICAÇÃO VISUAL E IMAGINÁRIO

Vemos na prospecção da obra de Kahlo uma forma simbólica e assim escolhemos a Hermenêutica de Profundidade como metodologia. Deste modo, apresentaremos a tríplice análise proposta por Thompson (1995) de nossa forma simbólica. Porém sempre que falarmos de nosso objeto – seja nas suas prospecções, na forma original ou reproduções – estaremos falando de imagem.

Falar de imagem, mais ainda: perceber, interpretar, descrever, relacionar imagens faz parte do tema de nosso estudo. Por isto, buscaremos, neste primeiro momento, uma perspectiva mais abrangente nas questões da imagem que são pertinentes ao nosso objeto. Neste intento, é relevante encontrar a origem do termo imagem até seu desenvolvimento na história. E, verificando sua possibilidade de leitura (MANGUEL, 2001), relacionaremos também sua interação com o imaginário, a comunicação e a persuasão.

Acreditamos que, para o bom desenvolvimento desta tese, faz-se fundamental este momento de busca e esclarecimento das raízes da imagem e também de mostrá-la como forma/ferramenta de comunicação. Por isto, julgamos ser este capítulo uma espécie de base de sustentação para o que analisaremos e interpretaremos/reinterpretaremos a seguir, e desta forma optamos por, antes de analisar as imagens de Kahlo, compreender as imagens em geral dentro de suas capacidades e limitações, funções e significações, sua história que é a história da visualidade humana.

Por outro ângulo, este momento inicial não fere os propósitos de Thompson (1995), uma vez que não nega a tríplice análise, servindo apenas como apoio ou pano de fundo para os acontecimentos e fatos que ela nos mostrará durante o decorrer deste trabalho, facilitando a reinterpretação das formas simbólicas. Assim sendo, nas páginas que seguem, não encontraremos referências ou preocupações explícitas ao nosso objeto, apenas um mergulho no mundo das imagens – das diversas imagens – que nos conduzirão em algum momento até Kahlo e seu re-encantamento pós-moderno.

Para uma maior clareza de idéias, convencionamos dividir este capítulo em:

- A imagem
- A imagem e a comunicação visual
- Imagem e imaginário
- Imagens de arte e de publicidade no imaginário do cotidiano (subitem)

1.1 A IMAGEM

É talvez por influência da metodologia deste trabalho, quando Thompson (1995) propõe que busquemos primeiro as influências sócio-históricas de nosso objeto, que surge a necessidade de procurarmos as origens da imagem; e somente após considerarmos ter explicitado isto que chamamos de base para nosso estudo, trabalharemos sobre a forma simbólica em si que, em nosso caso, é a imagem.

A definição de imagem é bastante complexa, já que depende de uma abstração de nossa parte, e por isto, recorreremos a diversos autores em busca deste conceito. Por outro lado, as imagens são muito presentes em nosso cotidiano, o que as torna banais. Fato que percebemos não apenas hoje – quando vivemos numa sociedade de proliferação da imagem – mas desde sempre, como tentaremos mostrar neste estudo.

Manguel (2001) retoma a idéia aristotélica de que o pensamento humano necessita de imagens. Sabemos que, desde os primórdios, os homens produziam imagens, seja em forma de desenhos nas paredes das cavernas na Pré-História, ou sob forma de arabescos nos objetos mesopotâmios, séculos antes de Cristo (BROCKMANN, 1998). Desta forma, percebemos que a imagem parece tão antiga quanto o homem.

Mesmo sendo parte do dia-a-dia dos sujeitos, quando se trata de conceituação, a imagem nos põe um desafio devido a sua multiplicidade de formas, aparições e sua complexidade estrutural. Guiados pela Hermenêutica, porém, este

desafio torna-se mais simples, pois, como tratamos de tradução (BLEICHER, 1992), não nos vemos obrigados a aceitar uma definição única, mas podemos tomar mais de um conceito de imagem, e aplicá-lo segundo nossa interpretação/reinterpretação (THOMPSON, 1995).

Desta forma, começamos por Martine Joly (1996) que, ao apontar possíveis pistas na explicação do que é imagem, faz uma síntese:

Compreendemos que [a imagem] indica algo que, embora nem sempre remeta ao visível, toma alguns traços emprestados do visual e, de qualquer modo, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece (JOLY, 1996, p. 13).

Para a autora, apesar dos diferentes empregos e significações da palavra imagem, o ponto comum parece ser a analogia que ela sugere: “uma imagem é antes de mais nada algo que se assemelha a outra coisa” (JOLY, 1996, p. 38). Esta imagem não precisa ser concreta, em alguns casos, é mental, mas sempre é algo que está em lugar do objeto/situação/sensação, ou representando-o.

Neste sentido, poderíamos pensar a imagem basicamente sob duas formas: mental e material. O primeiro caso faz referência à afirmação aristotélica de que o pensar humano necessita de imagens, portanto estas imagens são mentais. Para Joly (1996, p. 19) elas corresponderiam às impressões que temos ao ler, ver ou ouvir uma descrição: “de vê-lo quase como se estivéssemos lá. Uma representação mental é elaborada de maneira quase alucinatória e parece tomar emprestadas suas características da visão”.

Já as imagens materiais são concretizações materiais – como sugere o próprio nome – de formas geralmente reconhecíveis, conforme a visão de Moles (1976) baseada na Gestalt (teoria da Psicologia que tem como máxima a idéia de que o todo é mais do que a soma das partes). Esta materialização pode se dar em imagens fixas (gravuras, fotografias, escultura, pintura, etc.) ou móveis, que são aquelas imagens que têm movimento como o caso do cinema.

Em nosso estudo, concentrar-nos-emos basicamente na imagem fixa, que Moles (1976) acredita ser o começo de tudo, quando o homem desenhava para tentar reter ou expressar o mundo exterior. O autor complementa: “Na vida prática o que são, portanto, as imagens? São todos os documentos (...) que se apresentam diante dos nossos olhos a um momento e aí permanecem por um tempo mais ou menos longo” (MOLES, 1976, p. 55). Aumont (1993, p. 78) complementa: “A produção de imagens nunca é gratuita, e desde sempre as imagens foram fabricadas para determinados usos individuais e coletivos”.

Num apanhado geral dos autores revisados até este momento, percebemos que as imagens são representações mentais ou materiais de algo: uma cena, um objeto, uma situação, uma abstração, uma idéia. Mas hoje é preciso também levar em consideração as imagens digitais – ou virtuais – que nos remetem à questão do simulacro. Resumidamente falando, estas novas imagens são:

geradas artificialmente pela linguagem dos algoritmos, traduzidas por uma máquina binária, e independentemente do objeto original, descolando-se do mundo. Elas são criadas a partir de cálculos matemáticos e de uma seqüência de tratamento da informação, os algoritmos. Esses são procedimentos lógicos que conduzem à solução de problemas através de uma seqüência lógica de cálculo. Com as imagens de síntese, não se trata mais de representar o mundo, mas de simulá-lo (LEMOS, 2000, p. 231).

O ponto básico a ser percebido sobre estas imagens é que elas não mais representam os objetos/cenas, mas os simulam através de uma linguagem própria derivada de cálculos matemáticos: os algoritmos. “Com as imagens digitais, o referencial desaparece pela simulação matemática” (LEMOS, 2000, p. 232). Ou na definição de Baudrillard (1991, p. 8) “é a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real”. E porque, posteriormente, levaremos em conta o tratamento de imagens midiáticas e sua produção por computador, a imagem como simulacro deve também ser compreendido, ou como propõe Rahde (2000), a imagem poderá também ser definida como o simulacro de algo ausente.

Apesar de reconhecer a imagem sobre três formas – a imagem fixa, a imagem mental e o simulacro – nosso interesse é sobre as imagens materiais ou fixas, e a respeito delas buscamos referências na etimologia da palavra *imagem* que, conforme Régis Debray (1992) vem do latim *imago*. *Imago* era, numa antiga prática

romana, como se chamava uma máscara de cera colocada sobre o rosto do defunto, de forma a preservar as formas de seu rosto antes da putrefação. Desta forma, a máscara representava a imagem do ente morto. Mais que um rito de passagem, preservar a imagem de um morto era uma forma de superação da morte, enquanto ausência, esquecimento, finitude, perecimento, putrefação. A imagem/*imago* era a parte “eternizável” do sujeito.

No mesmo sentido, Debray (1992) conta que, na Idade Média, os ritos funerários da realeza constavam que o corpo do rei morto devia permanecer exposto durante quarenta dias – o que não era possível, devido à decomposição do corpo, e por isto, o que era velado e reverenciado nesta quarentena, era uma espécie de manequim, uma réplica do soberano em vestes de gala. Durante este período, o novo rei deveria ficar invisível (ao menos em atitude). Este fato revela o poder que tem a imagem, pois é ela que reinava por quarenta dias, até mesmo sobre a figura do novo soberano. Em outras palavras: a imagem (do corpo do rei) tinha mais poder sobre o Estado do que o próprio rei (já que estava morto) ou até do que o novo rei em pessoa. Deste feito, concluímos, tal como o autor, que “Na cópia há mais do que no original”¹ (DEBRAY, 1992, p. 23).

No caminho entre a origem da palavra e os rituais que envolviam imagem, percebemos que esta traz sempre a ambigüidade de uma presença e uma ausência: o ser e seu duplo. Seja uma escultura, uma pintura, um desenho ou uma foto, temos nela não só a lembrança presente do sujeito/situação retratado, mas automaticamente sua ausência física. E aqui ressaltamos que nem só os mortos são retratados, mas também os vivos, cuja imagem evoca lembranças na ausência momentânea. E o mesmo Debray (1992) nos conta que Luis XIV, o Rei Sol, fez espalhar pela França seus retratos pintados em tamanho natural. Desta forma, sua imagem era a presença do rei nos lugares onde ele não podia estar.

Parece arcaica e ingênua esta idéia? Pois recordemos que Saddam Hussein – líder deposto do Iraque – também espalhava gigantescos retratos pelas repartições públicas do seu país, seguindo a mesma lógica do Rei Sol. E em tempo

¹ Tradução livre da autora: “En la copia hay más que en el original”.

de campanha política, esta forma de *publicidade primitiva* nos faz imediatamente lembrar dos *outdoors*, dos cartazes e dos santinhos dos candidatos, imagens cuja tarefa é nos lembrar/dizer que eles existem e que querem nossa atenção.

Outro exemplo que funciona pelo mesmo mecanismo é a cruz para os cristãos. Este ícone representa Cristo (ausente em corpo físico) presente nos locais onde a cruz está. A fé/lembração/emoção evocada por ela é o exemplo de como uma imagem pode fazer presente no ausente, neste caso, o Deus. Esta afirmação pode valer para dezenas de outras imagens sagradas das diferentes culturas e religiões, cujas representações sugerem a presença – ainda que mística – de uma entidade ausente. Complementamos com Zilles (1997, p. 7), quando este fala exatamente das imagens religiosas: “a imagem sempre se refere ao outro” que, neste caso, seria uma entidade santa.

Nesta inferência falamos de uma imagem que está repleta de significados. Não apenas a questão de presença/ausência, mas uma imagem amuleto, tomada de poder ou significações que, em algumas vezes, transcendem o material e atuam no subjetivo. Consideramos que, em nosso estudo, esta é uma faceta significativa da imagem que retomaremos posteriormente em um momento dedicado à possibilidade de leitura da imagem via imaginário. Por hora, voltamos ao caráter representativo da imagem, a analogia que ela representa (JOLY, 1996).

Se aceitarmos este caráter citado por Joly (1996), a imagem será como reprodução de uma sensação, conceito ou objeto. Mas podemos pensá-la também como registro histórico capaz de sobreviver ao que representa (RAHDE, 2000). E isto entraria de acordo com a idéia de Aumont (1993) de que toda imagem é feita para representar algo coletivo ou individual. Por registrar intencionalmente algo coletivo ou individual (AUMONT, 1993; RAHDE, 2001) consideramos que “a imagem é um meio de expressão e comunicação” (JOLY, 1996, p. 135).

Estamos cientes de que, neste momento, cruzamos dois campos complexos: a imagem e a comunicação. Campos cujos limites e conceitos são nebulosos e, por vezes, se confundem a outras áreas. É preciso primeiro esclarecer o que entendemos por comunicação. Entre os discutidos conceitos da comunicação,

concordamos com a idéia de “Capacidade ou processo de troca de pensamentos, sentimentos idéias ou informações através da fala, gestos imagens, seja de forma direta ou através de meios técnicos” (MARTINO, 2001, p. 15).

Em nossa leitura, a imagem tem esta capacidade de comunicar, uma vez que, se cruzarmos as idéias dos autores até aqui revisados, o resultado nos lembra dos primeiros e mais simplificados esquemas de comunicação formulados já por Aristóteles. Neste sistema havia basicamente um emissor (quem emite/produz/envia a mensagem), uma mensagem (o que o emissor quer dizer/expressar/comunicar) e um receptor, que seria quem recebe/decodifica a mensagem enviada. Apesar de todas as reformulações e acréscimos que este esquema ganhou através das várias teorias, esta ainda é a base da comunicação (HOHLFELDT, 2001).

Para mostrar a aplicação deste sistema na imagem, lembramos que, para Joly (1996), a imagem depende da produção (imaginária ou concreta) de um sujeito que a repassa ao outro que a reconhece – num processo que não necessariamente é instantâneo ou de compreensão total. Nesta linha, quem produz a imagem seria o emissor; quem a reconhece seria o receptor, e a imagem seria a mensagem no momento que ela documenta (MOLES, 1976) ou registra aquilo que representa (RAHDE, 2000).

Em outras palavras: como quem escreve a reportagem de jornal é o emissor, quem lê a reportagem (que é a mensagem) é o receptor, também o pintor/gravurista ao expressar/materializar seu pensamento, idéia ou conceito sobre a tela, faria de sua representação figurativa uma mensagem capaz de ser total ou parcialmente decodificada por quem a vê que seria o receptor. Do mesmo modo podemos pensar que a folha de papel do livro, do jornal ou da revista é suporte ou veículo para a mensagem/reportagem escrita da mesma forma que o é para a mensagem/figura. E atentemos que chamamos *tela* o suporte para imagens de comunicação na televisão de massa, como chamamos *tela* o suporte para imagens do cinema, e ainda mais: *tela* também é suporte para boa parte das imagens de arte.

Em nossa tentativa de colocar a comunicação nas imagens e as imagens na comunicação, exploraremos ainda estas relações com exemplos de significativos

momentos da história. Mas não sem antes atentarmos para um importante esclarecimento conceitual: Comunicação como avisa a origem do termo, pretende *tornar comum* alguma coisa (MARTINO, 2001). Esta intencionalidade que caracteriza os processos de comunicação nos adverte de que nem toda a imagem é meio/ferramenta de comunicação. Uma imagem é forma ou ferramenta de comunicação no momento em que alguém a materializa sob forma de um código, e outra pessoa a decifra/reconhece. Esta decifração, que chamaremos leitura (MANGUEL, 2001), pode ser de forma completa ou incompleta, semelhante à intencionalidade do produtor/emissor ou não. Mas esta é uma discussão que faremos posteriormente. Por hora, queremos apenas esclarecer que nossas interpretações acerca de comunicação e imagem serão feitas tendo em mente esta premissa.

O uso da imagem como forma ou ferramenta de comunicação não é recente. Desde os primórdios os homens reproduziam situações e idéias. Se buscarmos as representações feitas pelo homem na história, o campo é tão vasto que teve de ser dividido em uma área específica chamada de comunicação visual. E para tratar desta área, entraremos em um novo subcapítulo.

1.2 A IMAGEM E A COMUNICAÇÃO VISUAL

Comunicamos com gestos, expressões faciais, com um modo de vestir, uma atitude, sons ritmados, enfim, existem diversas maneiras de *tornarmos comum* uma mensagem (MARTINO, 2001). Mas, basicamente, duas formas se sobressaem às outras: a palavra e a imagem.

Consenso entre os autores de nossa referência, palavra e imagem são pontes que unem os sujeitos na intenção de comunicar algo. Da palavra, atentamos que pode ser falada ou escrita. E, se escrita, assume formas e características de imagem. Da imagem, que pode ser fixa ou em movimento (MOLES, 1976), lembramos que é o ponto chave de nosso estudo. Palavra e imagem são, portanto, o objeto de estudo da comunicação visual nesta pesquisa.

Sobre a imagem, parte sobre a qual debruçamos nosso interesse, Moles comenta:

a imagem é um suporte da comunicação visual que materializa um *fragmento* do meio ambiente óptico (universo perceptivo) suscetível de substituir através da permanência, e que constitui um dos componentes principais dos meios de comunicação de massa (MOLES, 1976, p. 49).

Para a comunicação perceber esta capacidade de permanência/duração da imagem, é extremamente importante lembrarmos que é esta possibilidade de registro que faz da imagem uma ferramenta tão importante.

Em paralelo com a afirmação de Moles (1976) reafirma-se a opção de trabalhar a imagem através da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), uma vez que, pensar a imagem como fragmento materializado do mundo perceptível – passível de substituição, já que ela simboliza – equivale a pensar a imagem como forma simbólica nos processos de comunicação visual. Forma simbólica no momento em que a imagem está no lugar de algo (JOLY, 1976) o representa. Presença e ausência (DEBRAY, 1992) são mais do que uma ambigüidade, mas uma possibilidade de leituras múltiplas, portanto reinterpretações (THOMPSON, 1995).

Nossa escolha metodológica facilita também o entendimento das funções da imagem. Porque assim como Thompson (1995) não acredita que a forma simbólica possa ser suficientemente compreendida se desvinculada de seu contexto sócio-histórico, também Aumont (1993, p. 80) divide as funções da imagem de acordo com a história e o ambiente sócio-cultural humano, dividindo-as em três grandes grupos, salientando que as funções da imagem “foram também as de todas as produções propriamente humanas, que visavam a estabelecer uma relação com o mundo”. Estes três grupos seriam: o simbólico, o epistêmico e o estético.

Atentos ao fato de que parece haver uma sincronia cronológica nestes três momentos, o primeiro momento nos leva à história antiga, período em que a função da imagem era simbólica. Mais precisamente, elas serviam de simbolismo religioso, carregados de um poder mítico que fazia das imagens pontes com o sagrado. (AUMONT, 1993). Dentro desta visão mito-mágica, Ruiz (2004) propõe que os

objetos considerados sacros se dissolvam na representação imagística, por isto geram uma identificação entre a realidade e a imagem. Neste sentido, “não existe diferença entre a representação e realidade, e a imagem tem a mesma entidade que o mundo” (RUIZ, 2004, p. 114).

Já, numa leitura contemporânea desta função, Zilles demonstra que, para os cristãos, a diferença entre imagem e entidade é clara, e nem por isto a primeira deixa de cumprir sua função:

As imagens são sinais que impressionam a sensibilidade da mesma forma como os sons, estimulando o espírito a aderir mais plenamente ao Deus invisível. Como a namorada sabe que a fotografia do seu amado, que carrega consigo na bolsa, não substitui a pessoa viva do mesmo, o cristão sabe que a imagem não é Deus, nem o santo que representa (ZILLES, 1997, p. 19).

Antes de explorarmos mais profundamente este fato na história da comunicação visual, trazemos alguns exemplos bastante ilustrativos, como é o caso da exposição de estátuas sagradas em templos e igrejas; prática que sobrevive até nossos dias, muito ligada ao caráter de evocação da presença que Debray (1992) nos apresenta.

A segunda função da imagem é a epistêmica. “A imagem traz informações (visuais) sobre o mundo, que pode ser conhecido, inclusive, em alguns de seus aspectos não visuais” (AUMONT, 1993, p. 80). Ou seja, é a imagem em sua função de indicar/contar algo não escrito, mas através de formas, ícones e símbolos figurativos. Como exemplos, o autor cita os mapas rodoviários, ferroviários, políticos e geográficos, os cartões postais, os cartões de banco, cartas de baralho e manuscritos com iluminuras que já existiam desde a Idade Média.

Já a função estética da imagem é destinada a agradar através de sensações de efeitos específicos de quem as vê. Apesar de esta função parecer antiga – lembremos os túmulos egípcios, as ânforas greco-romanas e seus adornos – não é possível precisar se desde sempre houve esta preocupação estética, ou seja, será que um vaso era adornado para ser belo ou apenas pelo seu caráter místico? Ou ainda: será que as histórias de faraós nas paredes das tumbas eram apenas

documentais ou causava algum prazer estético? Seja como for, para Aumont (1993) é quase impossível dissociar o caráter estético da imagem.

Para simbolizar, para esclarecer ou para embelezar, podemos perceber estas três funções da imagem presentes na comunicação visual. Atualmente usamos o termo Comunicação Visual, em seu sentido mais amplo, englobando as modalidades de informação visual, desde os materiais impressos (folhetos, catálogos, anúncios em mídia impressa, livros, cartazes, jornais e revistas, embalagens, *outdoors*, etc..) até as imagens do cinema, a televisão, a fotografia, os sistemas de signos, as ilustrações científicas, os indicadores, a fotografia, as logotipias (BROCKMANN, 1998), enfim, uma série de representações em que a imagem tem forte papel de comunicadora.

Este termo é amplamente usado na área da comunicação quando nos referimos às publicações impressas, à fotografia ou à publicidade, ou seja, meios que dependem de certa tecnologia de composição. Mas ela não começa aí: a história da comunicação visual, que de certa forma é a história da imagem, está ligada à história da arte, à cultura e ao comércio, como nos mostra Brockmann (1998), em sua obra *Historia de la comunicación visual*. Como “a arte exprime sempre o imaginário de sua época” (LEMOS, 2000) é também por isto que, neste momento do trabalho, recorreremos a tantos exemplos da arte.

A arte foi, por muito tempo, a forma sob a qual a humanidade registrou seu legado imagístico – ou ao menos a forma que se preservou. Com isto, não estamos afirmando que não existia ou ainda, que desconsideramos a imagem/arte popular. Mas são raros seus registros, o que nos faz recorrer, em grande parte do tempo, a imagens de arte aurática para encontrar indícios da história da visualidade do homem.

Antes das copiadoras, da impressão em série, dos anúncios de TV, as artes plásticas eram expressão gravada das idéias e ideais dos sujeitos, reflexo de sua cultura, influenciadas pelas suas crenças, suas mitologias e a maneira de se relacionarem com os bens e objetos, como o comércio. Hoje estas imagens de arte são documentos usados por historiadores, apreciadores, estudiosos, eruditos ou

leigos para a compreensão e decifração dos valores e preceitos de cada época, pois “A arte representa sempre a expressão direta de valores que se originam no próprio viver” (OSTROWER, 1988, p. 175).

Esta busca começa num passado distante; Brockmann (1998) é um dos muitos autores que volta às cavernas para começar a falar da visualidade. Entre aproximadamente 15.000 e 4.000 a.C., o autor vai mostrar as pinturas rupestres, cujos motivos eram geralmente animais em cenas de caçadas. Segundo os autores estudados, o homem primitivo não via diferença entre o útil e o artístico, e tampouco se detinha ao senso estético. Conforme Brockmann (1998) esta atividade era orientada por alguma finalidade utilitária, social, mágica ou religiosa.

De acordo com este autor, Donis Dondis (1997, p. 167) supõe ainda que estas pinturas pudessem ser concebidas como uma forma de “ajuda visual, um manual de caça composto para recriar os problemas da caça e revigorar o conhecimento do caçador, além de instruir os que ainda eram inexperientes”. Se esta perspectiva estiver correta, estas imagens primitivas eram formas de comunicação/registro (MOLES, 1976). Por outro lado, se estas especulações não forem precisas, ainda assim as imagens primitivas comunicam, porque, mesmo não havendo a intencionalidade em sua produção, o fato é o que o primata *tornou comum* um aspecto de seu cotidiano ou imaginário, e hoje alguém pode receber esta mensagem.

É com certa poesia que Manguel (2001, p. 30) observa a imagem primitiva: “riscamos traços ou estampamos as mãos nas paredes de nossas cavernas para assimilar nossa presença, para preencher um espaço vazio, para comunicar uma memória ou um aviso, para sermos humanos pela primeira vez”.

Já nos sumérios (3.300 até 1.700 a.C.) o desejo de comunicar é mais evidente. Além das figuras representando situações e pessoas, selos entalhados em pedra traziam nome e cores do fabricante, garantindo autenticidade ou qualidade nas transações comerciais (BROCKMANN, 1998). A analogia desta prática com a logotíпия atual é evidente: transmitiam-se, através de determinadas imagens, associadas às determinadas cores, valores intrínsecos ao produto, como qualidade e

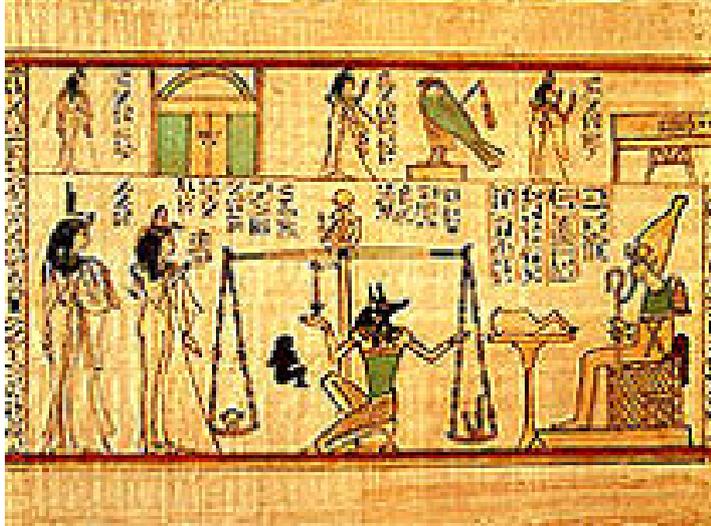
procedência. Em outras palavras, para nós, tanto os selos sumérios quanto os logotipos atuais são formas simbólicas (THOMPSON, 1995) de fazer os produtos ou sua procedência reconhecidos, bem como garantia na transação comercial.

A linguagem falada, que até então se limitava ao instante da comunicação, passou a independar do tempo, graças à invenção da escrita, sob forma de signos e símbolos.

Também os egípcios (3.400 a.C. até 640 d.C.) desenvolveram uma escrita. De acordo com Brockmann (1998), na escrita egípcia, as palavras se expressavam por imagens. Como suportes para seus registros, além da madeira e pedra, inventaram o papiro, do qual se originou o papel.

Famosos pelos seus rituais funerários que incluíam o incomparável processo de mumificação, os egípcios usaram a imagem como forma de preservar os que lhes eram caros em sua ausência, conforme visto em Debray (1992). Basta pensar nos sarcófagos, com a imagem do falecido, ou até a própria múmia, que é tentativa de imortalizar a forma física do faraó. Além disto, sua escrita e representação nas paredes das tumbas é registro (RAHDE, 2001) com a intenção de comunicar à posteridade – ainda que esta posteridade fosse a outra vida – sobre os feitos daquele sujeito.

Aceitando a imagem como forma simbólica (THOMPSON, 1995), interpretamos/reinterpretamos comparativamente o Papiro de Nany – hoje considerado como arte egípcia – e uma história em quadrinhos, ou o que Eisner chamava arte seqüencial (Figura 1).



Fonte: The Metropolitan Museum of Art e World Funnest

Figura 1: Papiro de Nany e a HQ

Neste papiro as imagens estão divididas em quadros, mescladas aos escritos, que devem ser lidas/entendidas num determinado sentido de leitura, tal como numa história em quadrinhos. Em cada quadro, imagens e palavras escritas quase que como uma legenda apresenta uma cena da história de Nany, a defunta, em seu caminho após a morte. No desenrolar da narrativa, Nany está acompanhada das divindades, num processo que se assemelha ao julgamento final dos cristãos. De acordo com Montebello (2000) este papiro foi feito na intenção de orientar o espírito Nany em sua jornada pós-morte. Desta feita, além da semelhança com a história em quadrinhos, a imagem do papiro tem a função epistêmica (AUMONT, 1993) de servir de mapa/guia ao morto.

Depois do Egito, Brockmann (1998) retrata que, na Fenícia (1.700 a 63 a.C.), existia uma biblioteca com o registro do primeiro alfabeto. Se antes falávamos que a comunicação visual recorre basicamente a palavras e a imagens, inferimos que o alfabeto, em sua forma essencial (sejam os antigos ou o atual), é composto por uma série de símbolos (letras), ou seja, imagens. É fácil constatar este fato com um exercício simples de abstração: a maioria dos ocidentais não diferencia e chama de letras do alfabeto oriental – chinês ou japonês, por exemplo – o que, na verdade, são ideogramas e desenhos. Por isto, é comum encontrarmos pessoas se referindo erroneamente aos alfabetos orientais como desenhos: o desenho japonês, o desenho chinês.

Explicando de outra maneira, isto aconteceria porque, em essência, o alfabeto – seja ele oriental ou ocidental – não passa de uma série de imagens padronizadas/codificadas. A letra, como a imagem, está em lugar do som, do fonema. Ela representa-o. Complementamos esta afirmação na leitura de Donis Dondis (1997, p.14): “A evolução da linguagem começou com imagens, avançou rumo aos pictogramas, cartuns auto-explicativos e unidades fonéticas, e chegou finalmente ao alfabeto”.

Na Pérsia desta mesma época, também percebemos o alfabeto e a escrita. Mas o que destacamos deste povo é o fato de que a moeda de ouro exibia o rosto do rei (BROCKMANN, 1998). Esta forma de simbologia que alia o metal moeda e a imagem do soberano nos remete a Debray (1992), quando ele comenta o poder de representação da imagem. De alguma maneira a imagem do rei (produzida, veiculada e reconhecida) comunica autoridade e posse: o ouro é do rei, e é em nome dele ou sob seu aval que se fazem as transações comerciais, seguindo a interpretação indicada por Thompson (1995) dessas formas simbólicas.

O alfabeto fenício foi incorporado pelos gregos, que o adaptaram a sua necessidade. A escrita e leitura eram feitas da direita para a esquerda demonstrando uma determinada organização visual (BROCKMANN, 1998), o que Dondis (1997, p.174) chama de “estilo visual dotado de racionalidade e lógica”, que ia desde a arte até a escritura. Isto se deve em grande parte ao fato de que a Grécia (1.200 até 31 a.C.), era uma civilização muito desenvolvida, tanto nas artes plásticas, como na literatura, no comércio, filosofia, política, etc. Ostrower (1988) comenta o cuidado que os gregos tinham com a forma humana na escultura, na qual podem ser percebidos os músculos distendidos no movimento, bem como a noção de simetria, equilíbrio e mobilidade. Desta forma, a escultura grega traduz visualmente os conhecimentos de anatomia humana daquela época e, paralelamente, a valorização da forma humana, tema recorrente na arte grega.

O conhecimento grego aparece também na comunicação: além do alfabeto, dos selos e dos utensílios para escrita – tal como tinta e pluma – vamos encontrar também os animais marcados com o símbolo de seu proprietário. Esta prática difundida ainda hoje pode ser comparada à efígie do rei na moeda: está em lugar de

um proprietário, fazendo-o presente através daquela marca, comunicando que aquilo lhe pertence. Pioneiros também na comunicação de massa, os gregos afixavam grandes tábuas em praça pública com informações aos viajantes. De acordo com Brockmann (1998) estes foram os precursores do cartaz.

Em Roma (século VIII a.C. ao século V d.C.) outra forma primitiva de publicidade: Brockmann (1998) conta que determinadas ruas recebiam o nome do ofício que se praticava nelas, como rua dos sapateiros ou rua dos vidraceiros. Nestas ruas, somente estes artesãos podiam se instalar. Para o autor, o próprio nome da rua servia como indicação, e desta forma, publicidade coletiva. Curiosamente, a aglomeração de determinados comércios por ruas ou bairros é uma necessidade que se impõe contemporaneamente. Hoje em dia é comum, nas grandes cidades, que determinados setores – como as autopeças, os armários, as lojas de móveis – procurem fixar-se próximas umas das outras, favorecendo o tráfego de clientes, e principalmente, servindo de referência. Atualmente, porém, não existem restrições a outros comércios nestes bairros.

Ainda em Roma, Constantino, o Grande, fez seu exército levar um monograma com a imagem de Cristo, recordando a função simbólica de salvação que têm as imagens (AUMONT, 1993).

A religiosidade, especialmente a cristã, tem forte influência em toda a iconografia da Europa Medieval. Desde a produção até a distribuição, os bens culturais como livros, pinturas, esculturas, atividades educativas e os saberes estavam concentrados na mão da Igreja (BROCKMANN, 1998), por isto podemos perceber nítidas mudanças na visualidade da época, especialmente ilustradas pelos exemplos da arte.

Com o triunfo do cristianismo sobre o paganismo, a ênfase dos sujeitos foi deslocada – assim como prega a doutrina cristã – para um *além* de salvação e redenção, ou talvez punição. A influência disto na iconografia é bem resumida por Carol Strickland:

Uma vez que o foco cristão se dirigia para a salvação e a vida eterna, desapareceu o interesse pela representação realista do mundo. Os nus foram proibidos e até as imagens de corpos vestidos revelavam ignorância da anatomia. Os ideais greco-romanos de proporções harmoniosas e equilíbrio entre corpo e mente desapareceram. Os artistas medievais se interessavam exclusivamente pela alma, dispostos principalmente a iniciar os novos fiéis nos dogmas da igreja. A arte se tornou serva da Igreja (STRICKLAND, 1999, p. 24).

A despreocupação com o volume e perspectiva do corpo fica bastante evidente nos mosaicos, uma das maiores formas de arte surgida na Idade Média. Figuras humanas esguias e sem expressão compunham painéis e vitrais com temas exclusivamente religiosos (STRICKLAND, 1999). Na desproporção da figura humana medieval, percebemos uma mensagem (talvez subliminar?) da ideologia vigente. É a imagem da arte comunicando e propagando em vitrais o ideal cristão.

Desta feita, os exemplos nos evidenciam que era a Igreja quem gerenciava – ao menos em ideal – as funções simbólicas, epistêmicas e estéticas da imagem (AUMONT, 1993). É importante perceber estas funções, porque há dois lados nessas referências: de um lado o clero, com a produção e distribuição da imagem. A preocupação era manter a estética aliada ao simbolismo religioso da imagem, e cuja função epistêmica deveria mostrar aos leigos o caminho da salvação e da vida na fé cristã. E, neste sentido, encontramos as obras encomendadas pelos clérigos, os interiores e exteriores das igrejas, as cenas da vida de santos e mártires, em nome de uma adoração e devoção.

Por outro lado, há o povo que olha estas obras. Em sua maioria são analfabetos (BROCKMANN, 1998): “as imagens foram desde a Idade Média o ‘livro dos pobres’, o texto em que as massas aprenderam uma história e uma visão do mundo imaginada em chave cristã” (BARBERO, 1997, p. 152). Como ainda não existiam meios de fácil reprodução, a imagem era rara, bem para poucos. E o que o povo conhecia de imagem eram os vitrais, os quadros, os baixo-relevos das igrejas góticas e as gravuras que os sacerdotes lhes mostravam.

No século XV, algumas possibilidades de reprodução permitem que a imagem saia de determinados lugares de fixação e penetre no cotidiano das casas, das roupas e objetos, mas ainda como luxo (BARBERO, 1997). Como era a Igreja

quem retinha o poder sobre estas formas de produção e distribuição, a temática continua sendo a religiosa, e este recorte facilita vermos de forma clara a função da imagem neste tempo.

Talvez pela sua raridade e seu caráter de artigo de luxo, a imagem estivesse tão próxima do sagrado; aliado, é claro, ao fato de que estampavam motivos religiosos, a imagem medieval parece tão mágica quanto à primitiva. Numa ponte entre Debray (1992) e Aumont (1993), percebemos que a imagem está no lugar da palavra de fé ou do sacerdote: “as orações são mais eficazes se se tem diante dos olhos a imagem do santo ao qual se reza (...), pois a palavra do sermão vai ser substituída por elas, que a prolongam e mantêm viva sua mensagem” (BARBERO, 1997, p. 153).

A imagem pode prolongar e manter algo vivo, recorda Moles (1976) e Rahde (2000), quando estes autores dizem que a imagem é a tentativa do homem de reter, cristalizar pela permanência, um aspecto visual. Sendo então registro, a imagem – e neste caso a imagem religiosa – tem também a função epistêmica de lembrar ou indicar o caminho da salvação segundo a fé cristã, já que muitas delas nos retratam ações, padrões de comportamento ou atitudes.

Além disto, a raridade faz com que Barbero (1997) as considere o “luxo do pobre”, confere às imagens medievais a função estética; pois não apenas nas casas dos leigos, mas também nos templos havia a intenção de ornar, de enfeitar e mostrar a beleza e a glória de Deus. E talvez este fosse, no fundo, a principal função da imagem medieval.

A importância estética era tal que, conjugando palavra escrita e imagem desenhada, o primeiro livro ilustrado surge na Idade Média. Num tempo que precede a prensa tipográfica, os copistas (geralmente frades enclausurados em mosteiros) eram encarregados de copiar os livros, alguns deles com requintados ornamentos (BROCKMANN, 1998).

Brockmann (1998) também fala dos selos e brasões da aristocracia, que serviam como uma forma rudimentar de autopromoção, uma espécie de logotipia

para um conceito rudimentar de marca. Olhando de forma simplista, percebemos que as pessoas importantes buscavam um diferencial, uma marca pessoal que lhes diferenciasse e as tornasse reconhecidas, geralmente relacionadas a uma linhagem, e isto era feito através do brasão. Neste espírito, o escudo/brasão pelo qual o cavaleiro medieval duela está em lugar de uma pessoa ou família, trazendo seu bom nome, seus valores. Carregadas de uma função epistêmica (AUMONT, 1993), estas insígnias promoviam e representavam, neste sentido, comunicavam.

Inspiradas nos selos e brasões surgem às marcas comerciais nos produtos, nos grêmios e associações. Nas feiras, Brockmann (1998) observa que já havia um caráter persuasivo na arte de comercializar. Além disto, na Inglaterra, os comerciantes eram obrigados a exibir, na porta de seus estabelecimentos comerciais, signos orientativos do produto ou serviço que ofereciam, de forma que a massa analfabeta pudesse reconhecê-los.

No Renascimento, a autopromoção começa a ser percebida pelos artistas plásticos, que usam deste recurso em benefício próprio. Antes das performances dos pintores modernistas (STRICKLAND, 1999) e muito antes ainda das marcas comerciais estamparem muros de estádio de futebol, Hubert e Jan Van Eyck pintaram e doaram um altar, tornando-se os precursores do mecenato moderno (BROCKMANN, 1998).

O fato de estes artistas doarem um altar à igreja para conseguir reconhecimento, demonstra que a Igreja ainda tem grande influência sobre a arte da Renascença. Para comprovarmos isto, basta perceber que algumas das obras mais famosas datam deste tempo e trazem motivos religiosos, algumas até feitas sob encomenda da Igreja: “A última ceia” de Leonardo da Vinci (1495); o teto da Capela Sistina de Michelangelo (1508-12) e “A conversão de São Paulo” de Caravaggio (1601), este último no estilo Barroco, são exemplos significativos (STRICKLAND, 1999). Prostrados diante da grandiosidade destas obras que se converteram em modelos de perfeição artística, é difícil delimitar se suas imagens têm uma função de religação com o sagrado, epistêmica ou apenas de beleza intensa (AUMONT, 1993), donde se infere que muitas imagens desempenhavam as três funções. Mas é certo

que formas feitas por um emissor, e por mais significados ocultos que tenha sua mensagem, serão passíveis de entendimento a qualquer espectador ocidental.

Apesar de não perder de vista o tema religioso, o Renascimento foi um período de exaltação do homem, uma predição do que viria com a Idade Moderna. É a época das invenções e descobertas, das navegações, da reforma de Lutero, do sistema solar de Copérnico, da invenção do telescópio por Galileu e da descoberta da circulação sangüínea por Harvey. Em 1687 Newton formulava a lei da gravidade, depois Fahrenheit inventou o termômetro de mercúrio e, mais tarde, James West criaria a máquina a vapor, e o espírito revolucionário deste tempo culminaria nos ideais de *liberdade, igualdade e fraternidade* da Revolução Francesa (1789).

Por certo que, em um tempo de tantas libertações e invenções, a visualidade da época estivesse também latente por mudanças e/ou descobertas. Segundo Carol Strickland (1999), podemos destacar quatro grandes patamares na arte renascentista que refletem a iconografia da época. São eles: o uso do óleo sobre tela, a perspectiva, a luz e a sombra e a configuração em pirâmide. Estas mudanças repercutiram não só sobre a percepção visual da época, elas transcenderam e podem ser percebidas até hoje como reinterpretaremos a seguir.

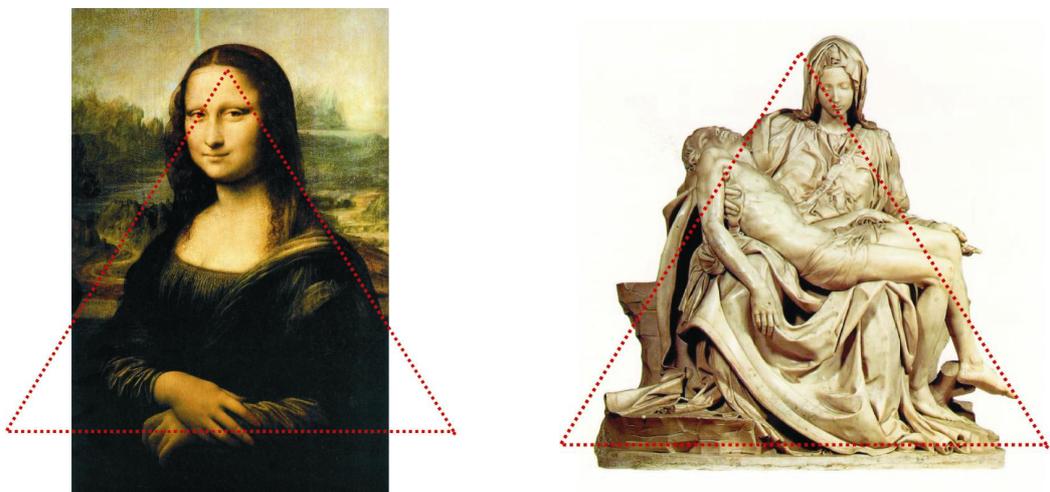
Até este período, grande parte das pinturas era a têmpera sobre painéis de madeira ou afresco sobre paredes de alvenaria. A tela esticada sobre uma armação foi um grande salto na pintura renascentista, pois as cores (em pó) misturadas à terebintina aumentavam as opções de cores através de suaves nuances e permitiam aos artistas simular texturas e formas tridimensionais (STRICKLAND, 1999). Apesar de todos os métodos e técnicas aplicados ao longo da história da arte e da comunicação visual, o óleo sobre tela ainda é usado e, além disto, a tela tem servido de suporte a várias modalidades de pintura, recebendo até mesmo aplicações e colagens em tempos mais recentes.

A perspectiva é, segundo Strickland (1999), uma das formulações mais significativas no campo da visualidade. Este método de criar uma ilusão de profundidade na superfície plana a partir da composição com linhas convergentes para um único ponto no quadro, dominaria a pintura europeia por pelo menos

quinhentos anos. Este efeito (que leva um pouco de matemática e física) somente foi superado em precisão de detalhes pela fotografia. A técnica de desenhar menores os objetos que estão mais distantes do observador, ou esfumá-los/borrá-los e maiores os que estão mais à frente, é usada especialmente no cinema e vídeo para criar ilusões de ótica quando a narrativa quer passar a idéia de distância.

Chiaroscuro – o claro escuro em italiano – era a composição de luz e sombra usada pelos artistas da Renascença para dar ilusão de relevo, já que as formas claras parecem emergir das escuras. Caravaggio abusava dos contrastes fortes em busca de dramaticidade às suas obras (STRICKLAND, 1999). Em nome da mesma dramaticidade, o cinema e o teatro direcionam seus focos de luz para partes significativas de seus personagens ou cenas. Já a impressão de relevo através da mescla de luz e sombra é simulada pelos *softwares*, em rostos, paisagens e demais “texturas” digitais.

O quarto grande passo para a nova visualidade renascentista era a configuração em pirâmide. Como explica Strickland (1999, p. 33) “os rígidos retratos em perfil e o agrupamento de figuras em uma grande horizontal no primeiro plano da pintura deram lugar a uma ‘configuração piramidal’ mais tridimensional” que alcançaria seu clímax no centro. Como exemplos, temos a “Mona Lisa” (1503) de Da Vinci e “A Pietá” (1498-99), de Michelangelo (Figura 2).



Fonte: www.artchive.com

Figura 2: Composições piramidais: *Mona Lisa* e *Pietà*

Até o Modernismo, grande parte das obras seguiu esta composição e, depois das pinturas, as fotografias. Aliás, nos retratos fotográficos atuais, especialmente quando a situação pede uma composição formal como o caso de algumas fotos de jornal, ainda percebe-se indícios evidentes da composição piramidal, visto que ela tem algo de equilíbrio e simetria que se faz necessária a alguns registros. Como exemplo ilustrativo, destacamos um recorte de jornal com fotografia na Figura 3.



Fonte: www.brainstorm9.com.br

Figura 3: Composições piramidais nas fotografias

Não foi só a arte renascentista que teve influência sobre a visualidade. A grande mudança na comunicação visual viria de uma invenção de Johannes Gutenberg que, em 1449, adapta uma prensa para imprimir tipos móveis. A possibilidade de impressão acelera a produção de comunicação: livros, panfletos, jornais e figuras surgiriam da evolução desta máquina. Para Brockmann (1998) isto resultou numa inovação na diagramação já que cada caractere (tipo) conservava sua forma e tamanho original nas diferentes combinações com outros caracteres, além das mudanças no espaçamento e nas entrelinhas. Em síntese: o caractere perde seu caráter pessoal e se torna impessoal e uniforme, o que, segundo o autor, caracteriza a tipografia até hoje.

O fato de haver uma despersonalização em favor de uma uniformidade pode ser entendido como uma tentativa de tornar a letra (tipo) comum, no sentido de

facilmente reconhecida por qualquer letrado. Neste sentido, a invenção de Gutenberg serviria ainda mais a comunicação (o *tornar comum* – MARTINO, 2001) do que aparentemente se percebe.

Indo à direção da Idade Moderna, Brockmann (1998) traz exemplos muito característicos de como a imagem serve, cada vez mais, à comunicação visual. Até porque, nesta época, já se tem uma evolução maior dos processos de comunicação de massa (enquanto tecnologias para executá-los) e também uma necessidade de transmitir as informações para grupos maiores, uma vez que, deste momento em diante, surgirão as cidades, as fábricas, a difusão da idéia de estado democrático, etc.

Já em 1755 o imperador alemão institui o primeiro registro de marcas em barris e pacotes (BROCKMANN, 1998). Diz o autor que monogramas já eram comuns em notas de embarque, como se fossem logotipos de determinada empresa. Mas só no começo do século XVIII a verdadeira publicidade começaria a existir, com anúncios, programas, menus e etiquetas. Em 1754, por exemplo, um hotel da Basileia cria o primeiro cartaz turístico para viajantes.

A publicidade se desenvolvia, porque a comunicação de massa progredia. O mesmo Brockmann (1998) traz o fato de que, desde 1609, se imprimiam jornais na Alemanha, Inglaterra, Suécia e França. Durante este século muitas transformações aconteceriam aos jornais: ganhariam ilustrações, atentariam para a diagramação, para a distribuição da notícia, a liberdade de imprensa, etc. Entre os anos de 1700 e 1800 foram registrados desenvolvimentos significativos, como o surgimento de novas famílias de tipos, a possibilidade de impressão com mais de uma cor, o relevo e as diferentes possibilidades de impressão. Enfim, Brockmann (1998) traz uma cronologia detalhada de fatos que vão, gradativamente, transformando o processo de impressão, que apresentam fundamental importância e inúmeras conseqüências.

A evolução na impressão acarretou basicamente em qualidade dos impressos e volume de produção/distribuição. Estas duas características englobam o barateamento e, portanto, a maior difusão dos materiais impressos. O distribuir em série coloca a imagem mais próxima do público, ou aos diferentes públicos, que irão

aperfeiçoá-la, interagir com ela, redimensioná-la. E aqui falamos da facilidade de aliar palavra e texto que começa a se evidenciar: A popularização da imagem para a massa cada vez mais letrada é significativa, no momento que mostra que ela (a imagem) não perde seu valor. Pelo contrário: as imagens colocadas junto aos textos vão servir como ilustrações do fato, ajudando o leitor a imaginar, abstrair. Pensando de forma simples, a imagem – aliada ao texto – pode cumprir tanto a função epistêmica quanto a estética. Assim, consideramos que, se a imagem comunica tal qual a palavra, imagem e palavra juntas podem comunicar com maior eficiência.

Eficiência é uma palavra adequada quando falamos em modernidade. A época que segue o Renascimento traria dele a vontade de mudar, de inovar e de progredir. Tudo isto, porém, com mais afinco e com uma vontade imensa de romper com o passado dogmático, teocrático, tradicional. Este desejo de diferenciação e de inovação iria se refletir, é claro, na iconografia da época, resultando numa série de movimentos artísticos que romperiam com a visão tradicional da imagem e mudariam para sempre a visualidade do homem. A autora que chama este momento de *época dos ismos* resume bem o espírito deste tempo:

A Igreja perdeu seu poder, as monarquias balançavam e as novas democracias tinham cada vez mais problemas. Em suma, a tradição perdeu o atrativo, o futuro estava ali para quem quisesse. Forças desconhecidas como industrialização e urbanização desaprumavam as cidades com massas de pobres insatisfeitos. O ritmo rápido do progresso científico e os males do capitalismo sem freios aumentavam a confusão (STRICKLAND, 1999, p. 66).

A iconografia reage a este período de cientificidade e praticidade com a arte politicamente correta do Neoclassicismo (STRICKLAND, 1999), ilustrando temas da história antiga ou mitologia em traços mais limpos do que os estilos anteriores, o Barroco e o Rococó. Logo em seguida o Romantismo daria ênfase à intuição e à emoção para ilustrar narrativas de feitos heróicos e lendas em cores mais vivas, soltas e profundas.

Mas numa época em que a miséria social crescia a olhos vistos nas cidades não poderia se conformar com esta visualidade idealizada e onírica do Romantismo. A realidade da vida urbana, seja como for, foi o principal tema inspirador do Realismo, uma força que iria dominar a arte até a metade do século XIX. Os

realistas não se interessavam pelos mitos, pela beleza dos anjos ou a doçura das cenas. Ao contrário, concentrava-se na documentação do cotidiano tal como ele era, e assim pintaram enterros, trabalhadores, casas, camponeses, enfim, a realidade social que emprestava o nome ao movimento (STRICKLAND, 1999).

Esta realidade era captada tanto na forma de retratar a cena quanto no método de pintura, para dar um aspecto de registro fotográfico (no sentido de real ou documental) a ela. Desta forma, percebemos, no artista do Realismo, uma intencionalidade em registrar/documentar a época e reconhecemos na sua intencionalidade de registro algum vestígio de comunicação.

Ilustramos nossa comparação através do realismo de “O Vagão de Terceira Classe” (1862) de Daumier, que retrata de forma denunciativa as péssimas condições de vida das classes menos privilegiadas, e a foto veiculada no Jornal Folha de São Paulo, com o mesmo realismo, denuncia a violência em Bangladesh (Figura 4).



Fontes: www.artchive.com e www.folhaonline.com.br

Figura 4: O realismo e a denúncia social em Daumier e na fotografia jornalística

Ao falar em realidade fotográfica, esta era a inovação na comunicação visual mais evidente no século XIX: Joseph Nicephone Niépce daria início à fotografia, conseguindo uma imagem através de uma placa metálica fotossensível. Essa invenção logo após seria melhorada e registrada por Jean Louis Daguerre, e depois dele, muitos outros foram aprimorando a técnica da fotografia (BROCKMANN, 1998).

O mais relevante a se pensar em termos de fotografia é que ela transformou o mundo da comunicação visual, devido ao seu caráter de instantaneidade e precisão:

A objetividade da informação fotográfica dava uma nota de surpresa e autenticidade e pela primeira vez o ser humano podia conhecer os acontecimentos de sua época lendo e vendo. A fotografia é a primeira “arte popular” global e com critérios universalmente aplicáveis (BROCKMANN, 1998, p. 63).²

Em acordo com este autor, também Rahde (2001) e Manguel (2001) conferem à fotografia uma característica de veracidade (no sentido de objetividade) que encantava os sujeitos desde seu surgimento. Apesar de atentos à possibilidade de manipulação ou recorte do ângulo escolhido pelo fotógrafo, estes autores se concentram mais na riqueza de detalhes e na possibilidade de documentação fidedigna da foto:

Através do olho da lente, o passado tornou-se contemporâneo, e o presente se resumiu a uma iconografia coletiva (...) Pela primeira vez em nossa história, a mesma imagem (...) em todos os seus detalhes exatos, podia ser vista por milhões de pessoas em todo mundo (MANGUEL, 2001, p. 92).

Rahde (2001) complementa dizendo que, por meio da capacidade de captação e de sua reprodutibilidade em livros e enciclopédias, a fotografia foi o que possibilitou o conhecimento/reconhecimento das grandes obras de arte para povos muitas vezes distantes dos museus e galerias. Acrescentaríamos à afirmação da autora, que também os monumentos, fatos históricos, incidentes e até mesmo algumas personalidades somente são conhecidas da massa devido à fotografia.

Mais do que esta suposta democratização iconográfica, a fotografia democratiza também a produção, no momento que se torna uma técnica de fácil manuseio e cai no gosto popular, como recordou Brockmann (1998). A partir de certo momento, então, o sujeito, sem dom artístico para a pintura, escultura ou desenho, ou até mesmo não letrado, torna-se capaz de produzir imagens através da aparelhagem fotográfica, registrando e documentando o que lhe é caro.

² Tradução livre da autora de: “La objetividad de la información fotográfica daba una nota de sorpresa y autenticidad, y por vez primera el ser humano podía conocer los acontecimientos de su época leyendo y viendo. La fotografía es el primer ‘arte popular’ global y con criterios universalmente aplicables”.

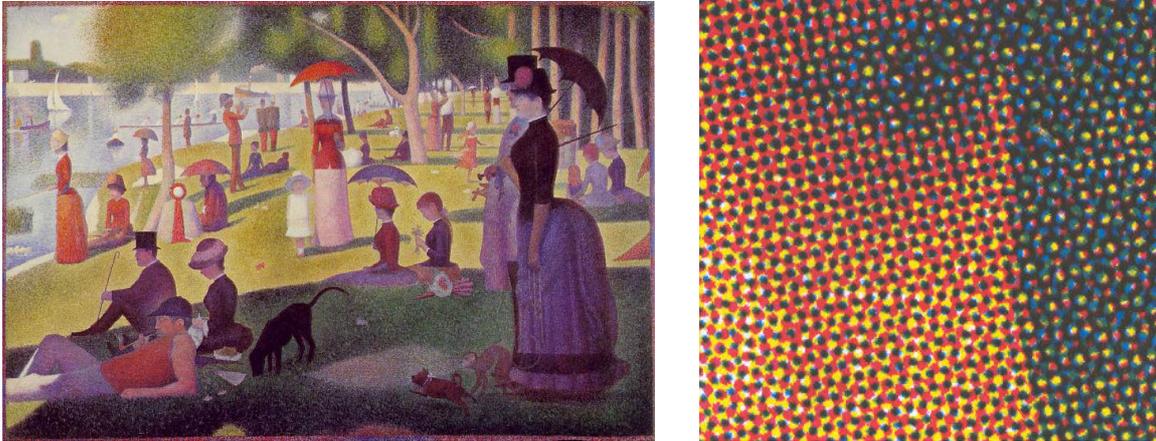
Interessante perceber que o surgimento da fotografia dá-se em plena modernidade, período em que, como veremos posteriormente, havia uma grande preocupação com o avanço tecnológico, a descoberta e a precisão científica. Neste espírito, a fotografia vem ajustar-se aos anseios deste tempo trazendo objetividade e instantaneidade via aparato tecnológico, e mais ainda: ao alcance de qualquer sujeito.

Se por um lado a democratização no fabrico da imagem pareceria maravilhosa, por outro ela causaria muita polêmica: artistas e intelectuais se embateriam pela originalidade e irreprodutibilidade da obra-de-arte, querendo manter a imagem como algo único e não “copiável”, fruto de um momento singular.

Há quem diga que a perfeição fotográfica alavancou o movimento Impressionista (1860-1866) que, com suas pinceladas ágeis e sua falta de contornos nítidos, faziam um protesto discreto à fotografia. Outros, porém, sugerem que foi a experiência da velocidade – imagens vistas da janela de um trem, por exemplo – que inspirou pinceladas velozes e aparentemente borradas de pintores como Monet, Manet, Renoir. Por não encontrarmos comprovação destes fatos em nossa referência bibliográfica, ficamos com Carol Strickland (1999) e a informação de que estes artistas desejavam passar apenas uma impressão de pintura, partindo de uma observação de Leonardo Da Vinci de que a cor é intrínseca ao objeto e com ele muda conforme a luz que incide sobre ele.

Assim, o Impressionismo ensinou os espectadores a verem imagens sem contornos nítidos, e a ilusão de ótica das cores que se fundem para delimitar um objeto ou dar profundidade a um espaço. Esta técnica foi aprimorada pelos Pós-Impressionistas (1880-1905), onde se destacam nomes como Gauguin, Van Gogh, Cézanne, entre outros. Deste movimento, destacamos Georges Seurat e sua técnica de pontilhismo. Seurat compunha as telas com pequenos pontos agrupados, que vistos a certa distância tomavam a forma de pessoas, árvores e outros objetos. Esta ilusão de ótica vale ser anotada na história e entendimento da visualidade humana, uma vez que a impressão reticular – usada nos jornais e em grande parte dos impressos atuais para garantir o meio tom de cor (OLIVEIRA, 2000) – parte do mesmo princípio de composição. Para ilustrar esta afirmação, a Figura 5 coloca lado

a lado um quadro de Seurat – que, se olhado de perto, mostra ter a imagem formada por pequenos pontos coloridos – e uma ampliação de fotografia impressa no sistema de quatro cores.



Fontes: The Metropolitan Museum Of Art e Fernandes (2003)

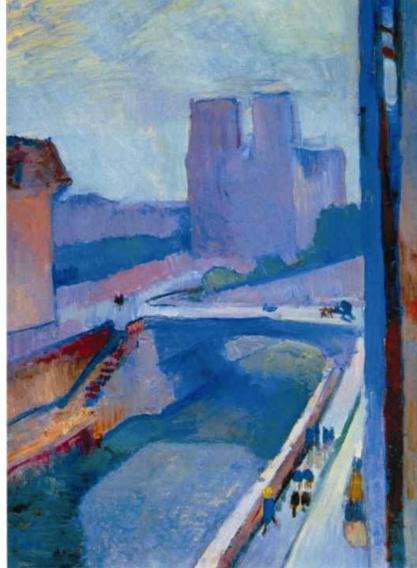
Figura 5: Pontilhismo de Seurat e a composição reticular em impresso

Apesar da comparação com as técnicas de impressão, é preciso lembrar que elas ainda eram limitadas, e a própria fotografia só chegaria aos cartazes muitas décadas depois. Neste tempo o cartaz – principal veículo de publicidade da época – era ilustrado com gravuras e algumas informações do produto ou serviço que desejava comunicar. Mas a ilustração de cartazes era um trabalho sério que destacou grandes nomes para a arte, como do pós-impressionista francês Toulouse-Lautrec.

A arte moderna, propriamente dita, começaria com o século XX (STRICKLAND, 1999). Nela, os *ismos* continuariam a se suceder e libertar a visualidade do sujeito acerca da forma, da cor e do sentido.

Apesar do repúdio que o senso comum tem a arte moderna, a influência destas obras nas imagens contemporâneas é imensa, e por isto, vale compreendermos cada um destes movimentos. Começamos pelo Fovismo, movimento que surge na França entre 1904 e 1908. Os pintores fovistas usavam a cor não apenas para caracterizar os objetos, mas também para expressar emoções. Assim, céus vermelhos e rostos esverdeados surgiam em telas cujas cores eram pura emoção, ligadas ao calor, ao frio, ao medo, à criatividade, à alegria, enfim, o

Fovismo fazia a paisagem de Paris ficar azul, pois era assim que Matisse via, ou melhor, sentia Notre Dame (Figura 6).



Fonte: www.artchive.com

Figura 6: Notre Dame de Matisse

Nas imagens fovistas e nas cores carregadas de mensagens, encontramos as raízes de uma técnica de inverter cores e de utilizá-las com arrojo, que recebemos diariamente através dos meios de comunicação e mais especialmente ainda da publicidade. É o início da percepção visual dos sujeitos de que uma cor não necessariamente serve para descrever o objeto (uma folha de bananeira é verde), mas pode também realçar sentimentos e impressões. É a imagem comunicando mais que o objeto ou situação, mas a sensação que ele evoca.

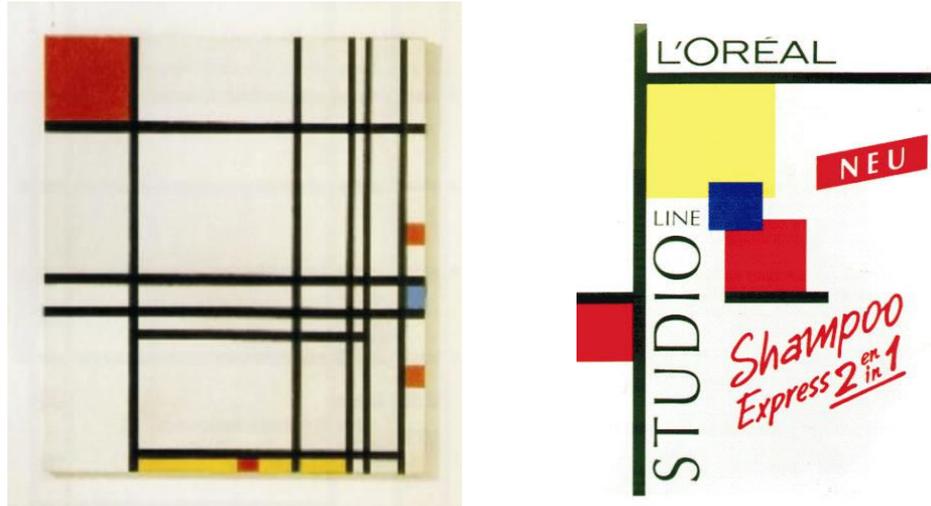
Se o Impressionismo libertou a imagem de um traço rígido e o Fovismo libertou as cores da função realista, o Cubismo libertaria a imagem da forma, literalmente quebrando-a em fragmentos que podem ser juntados ao acaso. Partindo da inspiração da arte africana, com suas formas mais retas e duras, surge então o nome de Pablo Picasso, pintor espanhol considerado o mais importante na representação da arte moderna (STRICKLAND, 1999). Picasso começa o movimento de compor a tela com imagens fragmentadas, que resultariam numa outra imagem final, no mínimo, inusitada.

Esta desmontagem e remontagem de fragmentos de imagem têm também influência sobre as imagens contemporâneas midiáticas, e talvez a maior delas seja a linguagem do videoclipe (LIPOVETSKY, 1989), em que cenas cortadas e sem cronologia que são sobrepostas em ritmo frenético, deixando ao espectador leituras aproximadas e variadas ao mesmo tempo. Em outras palavras, equivale a dizer que a imagem, tal qual a narrativa contemporânea, dispensa linearidade começo-meio-fim (COELHO, 2001); ela é capaz de comunicar uma mensagem fragmentada, de leitura plural, e ainda assim ser entendida pelo receptor, como melhor exploraremos nos capítulos posteriores, que explicam as relações do imaginário e a pós-modernidade.

Sem traço, cor ou forma definitiva, a imagem de arte está liberta para expressar idéias e impressões do autor sem compromisso. Esta imagem, que já não precisa retratar, mas apenas ser canal de expressão, recebe o nome de Expressionismo. No movimento expressionista, cor, forma, traço e tema vão rumo ao abstrato, ao que depois se chamaria Expressionismo Abstrato, e traria nomes como Kandinsky, Klee, Pollock, Gork, etc.

É interessante perceber que, apesar de ser um dos movimentos que mais polêmica gerou na sua época, e de que ainda hoje suas imagens não agradam aos leigos, a visualidade despertada pelo Expressionismo e Abstracionismo pode ser conferida em diversos aspectos do cotidiano: nas louças, na padronagem dos tecidos, nas capas de livros e estamparias em geral, encontramos pinceladas e composições que só passaram a existir depois da arte expressionista.

Além disto, as composições geométricas desta proposta inspiram as imagens contemporâneas. Um observador astuto pode percebê-las na fachada de um edifício, na distribuição de faixas coloridas, nas composições de móveis, etc. Num caso muito evidente, temos as linhas de Piet Mondrian (1917-1931). Suas composições assimétricas, dispostas de linhas pretas e cores primárias, inspiraram o logotipo da marca cosmética L'Oreal usado na década de 90 (Figura 7).

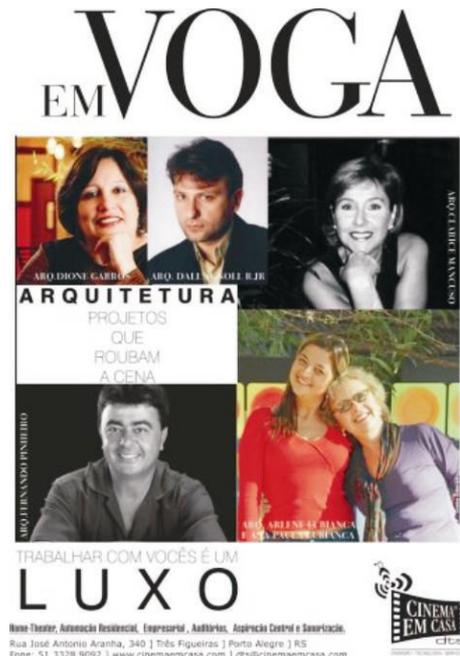
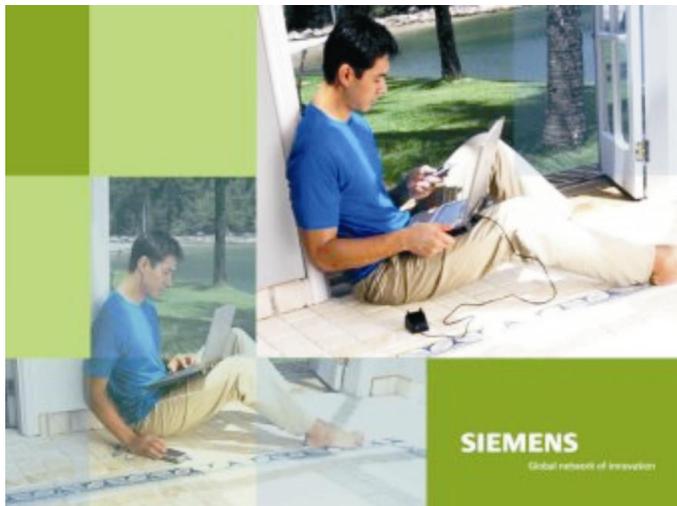


Fonte: www.artchive.com

Figura 7: A evidente inspiração: obra de Mondrian e logotipo da L'Oreal

Mas a possibilidade de “equilíbrio de opostos desiguais, mas equivalentes” (STRICKLAND, 1999, p. 145) das composições de Mondrian foram muito mais abrangentes do que a composição de logotipias. Muito antes da criação da marca cosmética, as obras do artista já haviam influenciado a planta baixa na engenharia, a padronagem de tecidos na área têxtil e na comunicação obteve grande influência sobre a diagramação. Basta lembrarmos da disposição das notícias e fotos em uma página de jornal ou de revista e perceberemos os quadrados e retângulos de formatos irregulares de Mondrian dispostos ali.

A beleza da composição também vai influenciar a composição de peças gráficas, como mostra a Figura 8.



Fontes: [www. braimstorm 9.com.br](http://www.braimstorm9.com.br) e www.abril.com.br

Figura 8: Anúncio gráfico da Siemens e página da revista Vogue

Com os exemplos aqui citados, é possível entender a influência da arte moderna – especialmente a abstrata – nas imagens cotidianas. Mas a dúvida permanece: uma imagem abstrata também é uma forma de comunicação? Em princípio a resposta parece ser o não: não há um código comum, não há a intenção de comunicar nada sobre o mundo, um artista como Pollock ou Klee sequer pretende uma interpretação. Neste sentido, algumas imagens como a arte abstrata não comunica coisa alguma ao espectador.

Manguel (2001, p. 43) nos lembra que “a tentativa de não comunicar é de qualquer modo, tão complexa quanto à tentativa de comunicar, e sem dúvida, igualmente antiga. Mas a admissão formalizada dessa tentativa, desse enriquecimento do silêncio – mediante palavras, gestos ou sinais – é um fenômeno moderno”. Então somos levados a pensar que a pausa na música não significa a ausência de música, mas um suspender momentâneo de notas, talvez o silêncio não seja o mesmo que a falta de comunicação, mas uma suspensão de linguagens, que também pode nos dizer coisas. Manguel (2001) propõe ainda que o artista moderno quer compartilhar (e aqui entendemos por *tornar comum*) seu impulso criativo, transportando a si próprio e ao espectador para dentro da obra, que neste caso seria um mundo próprio.

Ou seja, o artista/emissor tem a intencionalidade de que sua obra/mensagem seja recebida pelo espectador/receptor. E o espectador, por sua vez, tem uma imensa ansiedade natural em interpretar tudo o que vê, por isto, podemos afirmar que “mesmo a ausência de linguagem se torna linguagem aos olhos do espectador” (MANGUEL, 2001, p. 46).

Desta feita, podemos supor que a linguagem foi enriquecida pelo modernismo, que criou uma nova maneira de ver. Os movimentos modernistas, basta ver a cronologia das datas, foram relativamente curtos, e seguiam-se, um após o outro, na tentativa de inovar constantemente a maneira de se enxergar/retratar o mundo. Talvez seja por isto, que, quando a busca pela revolução nos elementos pictóricos básicos se esgotou (ou seja, já se podia usar a cor, a forma, o traço e o tema como bem quisesse), surgisse um vazio no artista, acentuado pela Grande Guerra, e uma sensação de “falta de noção”. Desta sensação, surgiria o Dadaísmo – um movimento que, diante da loucura da guerra e do desnorreamento da própria arte, resolve também chocar e causar escândalo, mostrando o mundo fragmentado e jogado ao acaso, tal qual a percepção que tinham do ambiente.

Com boa parte dos mesmos seguidores do Dadá, o Surrealismo seria o movimento que viria a seguir (STRICKLAND, 1999). Partindo dos mesmos princípios, e sob a influência da psicanálise (em evidência naquela época), os surrealistas pintavam manifestações de sonhos, medos, delírios e toda a espécie de imagens inconscientes. Estas belas imagens mexeram com o imaginário de muitas gerações desde então e servem de inspiração para inúmeros filmes, anúncios, videoclipes e ilustrações contemporâneas, uma vez que misturam o real e o mágico num olhar, no mínimo criativo, despertando sentimentos latentes. Antes da propaganda de cigarros ser proibida no Brasil, os cigarros Free lançaram campanhas seqüenciais de inspiração confessamente surrealista. Mas, além dos cigarros Free, é possível encontrar centenas de exemplos da influência surrealista na mídia, especialmente na publicidade. Isto é muito compreensível quando pensamos que a intenção de inovar e surpreender, ao mesmo tempo em que mexer com a imaginação e o desejo latente/inconsciente está tanto nas bases do movimento surrealista quanto nos preceitos básicos da publicidade e propaganda.

Seria equivalente a dizer que, numa sociedade de proliferação da imagem, só as mais inusitadas seriam percebidas (Figura 9).



Fontes: www.braimstorm9.com.br e www.artchive.com

Figura 9: O inusitado na obra surrealista e na peça publicitária

Talvez seja difícil para nós, acostumados a imagens múltiplas, imaginarmos o impacto da arte moderna e das implicações cubistas, fovistas, impressionistas ou surrealistas na história da visualidade humana, mas elas são muitas e de grande importância. Uma importância que transcende a arte e perpassa para o cotidiano, como explorará Roque (1995) posteriormente. Além disto, as técnicas e procedimentos utilizados por estes artistas ainda influenciam a produção visual, especialmente na mídia impressa (BROCKMANN, 1998).

Mas falando de arte moderna, falamos de século XX, e neste século já existe bastante consciência a respeito dos meios de comunicação, seu poder e possibilidades. Nem só a arte influenciaria a visualidade deste tempo, já que, desde a primeira metade do século XX, os meios de comunicação não apenas se aperfeiçoaram como também passaram a ser estudados em seus efeitos e possibilidades. Para Brockmann (1998) isto faz com que os anúncios em periódicos (jornais, revistas) tornem-se mais freqüentes e, conseqüentemente, mais importantes, substituindo o hábito de se anunciar em cartazes. É claro que o cartaz não desaparece e pode ser encontrado até em nossos dias com suas infinitas

variações. O que o autor traz neste momento é a crescente produção, distribuição e influência de outras mídias, que vão ter maior destaque.

Fica mais fácil entender este processo de proliferação de novas mídias (especialmente o periódico) se pensarmos que paralelo a ele a sociedade experimentava um progresso acelerado no surgimento de novas tecnologias que facilitavam a produção e distribuição, além do barateamento, destes veículos. Por outro lado, o nível de alfabetização no início do século já era bem diferente de épocas anteriores e em crescimento ascendente.

Brockmann (1998) diz que é a partir do século XX que se tem consciência do poder e importância da marca, e neste sentido a publicidade se amplia: cartazes, prospectos, catálogos são os novos complementos do anúncio impresso. Para o autor, a fotografia é a linguagem visual de nosso tempo, e atenta a isto, a publicidade do século XX tem abusado de fotomontagens e imagens fotográficas.

O autor demonstra o quanto à comunicação visual está ligada ao mercado e ao consumo via publicidade, pois, em busca da visualidade, as imagens publicitárias invadiram os espaços públicos e o cotidiano e se espalham pelas pontes, trens, prédios, fachadas, ruas, roupas, etc. Brockmann (1998) demonstra a visualidade contemporânea extremamente ligada à publicidade a qual, bem sabemos, está ligada ao consumo. Ao consumo e a uma sociedade que usa a imagem para produzir mais imagens, sensações e simulacros: a sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 1981). Apesar de nossa intenção de destacar um capítulo à sociedade de consumo, restringindo este momento apenas às reflexões sobre imagem, gostaríamos de já introduzir estas considerações sobre a imagem na sociedade de consumo apenas como alicerce para o próximo momento, quando falaremos em imagem e imaginário.

Antes disto, porém, é preciso observar uma inversão interessante: se anteriormente falávamos das influências da arte sobre a comunicação/publicidade, agora acontece o contrário, pois, a partir da segunda metade do século XX, é a publicidade que vai influenciar a arte, num movimento conhecido como Arte Pop (*Pop Art*). Se a arte reflete os comportamentos, as idéias e os valores de seu tempo

dever-se-iam esperar que, em tempos de uma cultura de consumo, ela se voltasse a esta idéia, afinal, a arte sempre esteve ligada a moral vigente, ainda que, em alguns momentos, para confrontá-la. O pop – que vem de popular – é uma tentativa de aproximação, se não da arte, mas da vida popular, no seu dia-a-dia de compras, no supermercado, anúncios coloridos de novos produtos, cópias, imitações, imagens, artistas e todo um cotidiano ainda não explorado. Honnef resumiria desta forma:

Quando ainda a serviço da igreja e da aristocracia secular, a arte celebrava sua atitude em relação a Deus e ao mundo. Ao serviço da burguesia, retratava a visão burguesa do mundo e aquilo que esta classe considerava essencial. Por sua vez, a arte moderna atribui sua razão de ser ao facto de se ter libertado destes constrangimentos, apesar de muitos de detractores considerarem isso uma afirmação hipócrita e defenderem que a arte havia se libertado de suas obrigações anteriores (...) Contudo uma coisa é inegável: desde o aparecimento do que Greenberg chamou “segundo novo fenómeno cultural” e da sua disseminação em massa, a arte apareceu como um fenómeno cultural autónomo, cujo envolvimento nas relações da realidade visível e verificável continua a ser indirecta (HONNEF, 2004, p.15).

Depois da Arte Pop – que uniu arte, cotidiano e publicidade – ficou mais difícil delimitar as fronteiras destes campos. A arte torna-se cada vez mais performance, uma imagem que passa. A imagem midiática também é atingida pela velocidade e efemeridade do tempo (LIPOVETSKY, 1989), e a publicidade que nasce um pouco de cada coisa incorporou tudo isto.

Assim, nosso caminho na história da comunicação visual e do entendimento da visualidade dos sujeitos chega aos nossos dias de comunicação repleta de imagens velozes, de proliferação de estilos, onde a arte perde a aura, mas a imagem ganha status. Os motivos para tais transformações? Estes nos interessam, pois permitem compreender nosso objeto e cumprir o objetivo de entender as prospecções da obra modernista de Kahlo incorporadas à publicidade num ambiente pós-moderno. Por isto, os capítulos dois e três deste estudo continuam de certa forma o percurso na história da comunicação visual, mas com mais detalhes.

Antes deles, é preciso entender ainda como lemos as imagens. Ou seja, se até aqui vimos como elas apareceram ao longo da história humana sob forma de comunicação, consideramos que este é o momento de falarmos que as mensagens nos trazem esta forma/ferramenta de comunicação, e de que maneira pode ser

decodificada. Por isto, seguimos com o próximo subcapítulo, que fala sobre a possibilidade de leitura da imagem via imaginário.

1.3 IMAGEM E IMAGINÁRIO

Uma palavra remete a outra. É como numa brincadeira infantil, talvez pudéssemos pensar que, se um antiquário é um lugar de antiguidades, e se um santuário é um lugar de coisas sagradas, seria o imaginário um lugar de imagens? De certa forma sim. Especialmente se entendemos imaginário com Michel Maffesoli (2001, p. 76), quando ele propõe que “a existência de um imaginário determina a existência de um conjunto de imagens”.

A afirmação de Maffesoli (2001) vem ao encontro a nossa proposta metodológica de análise da imagem como forma simbólica. Se ela é simbólica exige uma explicação (THOMPSON, 1995) ou uma interpretação/reinterpretação, e esta explicação pode ser buscada pelo imaginário. Ou ainda em Ruiz (2004, p. 48) quando ele estabelece a relação entre imagem e imaginário:

A pessoa, por diversos motivos, seleciona do fluir caótico de sensações que invadem os sentidos, determinadas imagens e as intui com um sentido específico. Da amálgama de sensações sem sentido que fluem perante ele, alguns são captados e transformados em imagens. Estas imagens são imediatamente significadas. Desse modo, o caos fugidio das impressões sensoriais se organiza como um cosmo de sentidos imaginados.

Exatamente por isto, podemos conceber que “o imaginário é uma construção mental” (MAFFESOLI, 2001, p. 75) constituído de um “momento de vibração comum, essa sensação partilhada” (MAFFESOLI, 2001, p. 77). Pelo imaginário fizemos parte de algo maior, como a linguagem, uma visão de mundo, enfim de uma cultura. Mas o autor tem cuidado de ressaltar que o imaginário não é a cultura (ou, ao menos, não é no sentido antropológico do termo), mas uma parte desta, já que cultura é um universo mais amplo.

O autor destaca que, para além da cultura, há um “algo mais”, uma aura ou ambientação, que só pode ser captada através do imaginário. Revisando Gilbert Durand, complementa a definição de imaginário:

É a relação entre as intimações objetivas e a subjetividade. As intimações objetivas são os limites que a sociedade impõe a cada ser. Relação, portanto, entre as coerções sociais e a subjetividade. Nisso entra, ao mesmo tempo, algo sólido, a vida com suas diversas modulações, e alguma coisa que ultrapassa essa solidez. Há sempre um vaivém entre as intimações objetivas e a subjetividade, uma abre brechas na outra (MAFFESOLI, 2001, p. 80).

E, em outro momento, o autor tenta simplificar: “o mundo imaginal seria, de certo modo, a condição de possibilidade das imagens sociais: o que faz com que se qualifique desta maneira um conjunto de linhas, de curvas de formas, mais ou menos arbitrárias, e que, contudo, é reconhecido como sendo uma cadeira, uma casa ou uma montanha” (MAFFESOLI, 1996, p. 130), uma imagem de alguma coisa.

Sem negar estas possíveis definições parciais acerca do imaginário, mas pelo contrário, por crer em todas elas, Ruiz (2004, p. 30) diz que “o imaginário e a imaginação, por princípio, são indefiníveis, isto é, nenhuma explicação racional (...) poderá exaurir todas as possibilidades de conceber e existir o imaginário”, por isto, o autor acredita que o imaginário deverá ser descrito pelos seus efeitos, ou, em suas manifestações, como em nosso caso, as imagens.

Outra implicação desta tendência à indefinição do imaginário é a proximidade que este tem com a pós-modernidade revisada em capítulo posterior. De acordo com o próprio Ruiz (2004), este *pós* põe em cheque muitas questões, caminha entre a definição e indefinição e nos traz mais perguntas do que respostas já que é caracterizado pela teia das meta-narrativas (LYOTARD, 1986) e imagens híbridas (COELHO, 2001).

Imagens – híbridas ou não – fazem parte do tema de nosso trabalho. No mundo físico, nossas imagens midiáticas e artísticas não passam de pedaços de papel, tela, fotografias, desenhos rabiscados. Se ficássemos por aqui, este trabalho não teria sentido, pois olhamos para estas imagens não apenas como papel impresso, tela marcada à tinta, ou figuras captadas ao acaso, mas como formas

simbólicas, como construções significativas “estruturadas internamente de diversas maneiras” (THOMPSON, 1995, p. 355).

Quando usamos a expressão *construção significativa*, estamos afirmando que a imagem pode ser imbuída de diversas interpretações e valores. Valores estes, atribuídos pelos sujeitos, que transferem aos objetos qualidades subjetivas. Entendemos então que esta atribuição de sentido subjetivo só pode se dar no plano do imaginário. Ruiz (2004, p. 109) propõe que “O imaginário não consegue manifestar-se a não ser sob formas simbólicas”. Onde se justificaria nossa opção pela hermenêutica para a interpretação/reinterpretação do imaginário nas imagens de Frida Kahlo.

No plano do imaginário o que vemos não é uma tela com formas, mas uma mensagem deixada ali para nosso conhecimento. Ou como refere Ruiz (2004) acerca de imagem e imaginário:

A imagem já é uma construção de sentido, ela carrega um modo de ver e entender as coisas. A imagem integra a sensação e a significação. Toda imagem é uma produção de sentido, um significado produzido para um objeto. Desse modo, a imagem se constitui em sinônimo de representação. Representamos imaginando e imaginamos sob o modo de representação (RUIZ, 2004, p. 89).

Relembrando Durand (MAFFESOLI, 2001), o imaginário é a *intimação objetiva* da imagem e a *subjetividade* que nela há, ou que ela provoca; neste *vaivém* temos o que chamamos de imaginário.

O imaginário apresenta sempre uma referência coletiva, destaca o autor ao longo de sua obra, por isto podemos estabelecer padrões estéticos, símbolos comuns, interpretações próximas. É muito interessante perceber que há um paradoxo, pois, se ao olhar uma imagem, a interpretação deste será individual (e por vezes até, subjetiva), mas sempre com referência no coletivo. Isto é o que permite que entendamos a mensagem dos anúncios impressos, por exemplo. Ou mesmo o sentido de uma obra-de-arte.

Por conta do que é comum aos imaginários, podemos pensar que os traços, os riscos, as formas, alguns elementos da imagem nos permitem reconhecer e interpretar nela uma mensagem, mesmo quando esta não vem legendada pelas palavras. É o que chamamos de *ler imagens*.

Alberto Manguel (2001) explica que o homem sempre interpretou as formas de algum modo particular: encontrando desenhos diversos na forma das nuvens, lendo a sorte nas folhas de chá no fundo da xícara, como os sábios chineses ou, ainda, na história contada pelas sombras na parede da caverna no mito de Platão. Seja como for, o autor acredita que a imagem tem poder semelhante ao da narrativa, uma vez que, através delas, relacionamos formas/figuras, situações, lembranças e fatos.

Para este autor, as imagens podem ser lidas não apenas com a linguagem dos círculos acadêmicos e das teorias críticas, mas também por espectadores comuns, que não usam métodos ou conhecimento erudito, apenas olham a imagem e a partir dela podem “ler” uma informação, um fato, uma história inteira, a sua maneira com suas interpretações. Isto porque “sabemos que aquilo que lemos em um quadro varia conforme a pessoa que somos e conforme aquilo que aprendemos” (MANGUEL, 2001, p. 90).

Esta visão é compartilhada por outros autores do campo da iconografia, que consideram que “não é a imagem, se não o leitor, quem realizará a integração da problemática da verdade no discurso ou na proposta visual” (VILCHES, 1997, p.44).³

Rahde (2000) vem ao encontro de Manguel (2001), quando diz que a imagem é um eco da imaginação; ela reflete uma combinação de elementos que vão desde a realidade sensível/perceptível até o conhecimento empírico de quem lê esta imagem. Portanto, as imagens são passíveis de leituras múltiplas e ao mesmo tempo semelhantes, pois são reflexos do imaginário.

³ Tradução livre da autora de: “No es la imagen sino el lector quien realiza la integración de la problemática de la verdad en el discurso visual (o la proposición visual)”.

Interessante ressaltar que a tentativa de leitura ocorre até mesmo quando estamos em vista de imagens como a forma das nuvens, as borras do café, manchas de umidade na parede, composições gráficas ou arte abstrata, exemplo escolhido pelo autor para explicar que “Se o leitor preferir ‘ler’ a pintura, a responsabilidade tanto da leitura quanto da escrita, da decodificação e da codificação de uma mensagem cifrada não está nas mãos do artista, mas do expectador” (MANGUEL, 2001, p. 43).

Quando olhamos uma imagem, seja ela uma obra-de-arte ou um anúncio de roupa íntima, esta imagem está ligada a um veículo ou suporte, além de uma série de formalidades, tais como: quem as produziu, quem as veiculou e em que condição se deu esta produção, o que ela tenta nos dizer, seu contexto e artifícios, “mas no fim, o que vemos não é nem a figura em seu estado fixo, nem uma obra-de-arte aprisionada nas coordenadas estabelecidas pelo museu para nos guiar. O que vemos é a pintura traduzida nos termos da nossa própria experiência” (MANGUEL, 2001, p. 27).

O que Manguel aplica à pintura erudita pode-se empregar sobre um desenho ou até mesmo sobre uma imagem da mídia, como um anúncio: percebemos as figuras retratadas, sabemos que elas estão (ou não) pousadas para tal, sua ficcionalidade, por vezes até sua irrealidade. Assim como a localizamos como uma imagem de publicidade, por exemplo, veiculada em um anúncio com a intenção de vender determinado produto. Mas o que lemos nela vai além: depende de nossas intimações subjetivas, de nosso conhecimento prévio sobre um assunto, nossa capacidade de relacionar fatos, enfim, de uma série de fatores do que nos permitem *ler* a mensagem da Figura 10, por exemplo.



Fonte: www.braimstorm9.com.br

Figura 10: Anúncio da Joalheria Natan

Ao olhar para imagem, sabemos que é um anúncio e lemos – logotipia no canto superior direito – que é de uma joalheria. Sabemos até que são mãos de atores, não de protagonistas reais. E também sabemos que a intenção desta imagem é nos vender jóias, mais especificamente, jóias Natan. Mas é somente nosso conhecimento prévio de situações, de formas, de costumes, e a comparação com cenas semelhantes que nos faz reconhecer coisas como o fato de uma mão ser feminina e a outra masculina. A imagem mostra pouco, mas nosso imaginário localiza que a cena é de um casamento (aliança, punho feminino branco e bordado, o masculino sugere camisa e paletó formais). Também identificamos as mãos como sendo de uma pessoa jovem (mão feminina) e de um homem idoso. É por conta da imaginação/imaginário que a leitura da imagem segue: a mulher jovem aceita casar com o homem idoso pelo poder/status que uma jóia Natan traz.

Nesta proposta, podemos inferir que é pelas associações imaginárias que a imagem de publicidade vende; e sobre o que a imagem vende, retomaremos em capítulo posterior. Por hora vamos nos centrar no imaginário para refletir sobre a prospecção das imagens de arte na publicidade, também abordada neste trabalho. E para dar continuidade a nossa proposta, buscamos pontos de contato entre a arte e a publicidade, e o descobrimos no cotidiano (ROQUE, 1995).

1.3.1 Imagens de arte e de publicidade no imaginário do cotidiano

Como já referido, a proposta desta tese é perceber a prospecção das imagens modernas de arte para as imagens pós-modernas da mídia. Por isto, até aqui falamos em imagens e sua possibilidade de leitura/interpretação via imaginário. Nesta inferência percebemos dois campos: a arte e a publicidade; e, se mais tarde correlacionarmos estas áreas através de Frida Kahlo, agora trataremos de buscar o lugar onde estes campos – arte e publicidade – se encontram. Este lugar, segundo Georges Roque (1995), é o cotidiano.

É importante atentarmos para esta frase: *espaço de encontro entre a arte e a publicidade*; porque nosso trabalho vem sendo levado até aqui tendo em mente uma clara distinção entre arte e publicidade, uma vez que, em princípio, nem a publicidade quer ser arte, tampouco a arte fazer-se publicidade. Ficamos então, nestes espaços em comum, onde arte e publicidade podem se intercambiar.

Voltando à proposta de Roque (1995), o que as imagens de arte e de publicidade têm em comum é, basicamente, o fato de retratarem o cotidiano. Mas ele tem o cuidado de nos lembrar que muitos fatores estão envolvidos entre a arte, o cotidiano e a publicidade.

Começando pela arte, Roque (1995) nos conduz à percepção de que a arte ocidental parece estar desde muito tempo interessada no cotidiano, em expressar o que se passa no dia-a-dia das ruas, das casas, nas oficinas dos sujeitos comuns. Basta que lembremos as naturezas mortas, os pintores holandeses e seus interiores, as inúmeras obras onde aparecem pessoas em seus ofícios diários. E que há de mais encantador nisto tudo é perceber que a arte e a vida não estão no mesmo nível: “a vida cotidiana é da ordem da realidade, do vivido, e a arte é da ordem da representação, e mais precisamente do que se tem chamado de desrealização”⁴ (ROQUE, 1995, p. 313).

⁴ Tradução livre da autora: “la vida cotidiana es del orden de la realidad, de lo vivido, el arte de la orden de la representación, y más precisamente de lo que se ha llamado la desrealización”.

Desta forma, complementa o autor, há uma distância entre a vida e a representação que a arte faz dela, ainda que, em nossos tempos, esta distância tenha diminuído. Romper esta distância, ou esta impossibilidade de chegar ao cerne do real, seria talvez o grande intento da arte, uma explicação para seu encantamento com o cotidiano.

Para Roque (1995), este cotidiano aparece através da história da arte de quatro maneiras distintas. A primeira delas, ele chama de idealização. Segundo o autor, durante muito tempo retratar o cotidiano parecia tarefa pouco nobre, indigna de atenção. Talvez porque, quando falamos em cotidiano, diretamente remetemos à idéia do dia-a-dia das pessoas simples, do povo; e num tempo em que a sociedade se dividia basicamente entre nobres/clero e plebeus, é fácil imaginar porque, para a estética clássica, o cotidiano não mereceria atenção, já que a arte deveria se elevar acima do dito normal, trivial. Ou seja, para se comparar as lindas imagens do céu, do paraíso, da realeza, aquelas imagens do cotidiano só tinham uma forma de serem retratadas: através da idealização, que era a forma que elas tinham de transcender sua trivialidade.

Curiosamente esta resistência em se olhar/retratar o dia-a-dia do cotidiano simples está muito próxima à idéia que se tinha de povo (massa) nas idades tradicionais. Segundo Martín-Barbero (1997), a idéia de povo era cambiante: geralmente esquecida, em determinados momentos ressurgia romantizada. Não somente nas artes plásticas, mas também na literatura e ciências políticas medievais o povo é esquecido ou apresentado de maneira caricata.

Mas há também a descrição, tarefa dos realistas, que é uma segunda maneira de expressar o cotidiano na arte. Em sua origem, a descrição realista nas imagens de arte causou choque e polêmica, pois, num mundo encantado pela visão poética da arte clássica, a miséria, a deformação física e o motivo da miséria causavam repúdio. Mas isto também o tempo fez mudar, e a recorrência do cotidiano duro e amargo nas telas transformou-o em apenas mais um estilo artístico.

Integrar e incorporar à obra-de-arte alguns fragmentos de cotidiano (ROQUE, 1995) é também uma maneira que o cotidiano aparece na obra-de-arte.

Nesta integração, como é chamado por Roque (1995), objetos que não pertencem – em essência – à arte, mas ao cotidiano, são incorporados às obras, como os pedaços de jornal colados por Picasso diretamente sobre a tela.

Muito mais do que representar um jornal, um papel, um pedaço de metal, o fato de trazê-lo da vida cotidiana para o plano da arte abre perspectivas muito exploradas mais tarde pelos artistas da pop arte, que trariam e retratariam os rótulos, as formas e os signos do cotidiano (HONNEF, 2004).

O que viria como consequência desta integração da arte com os objetos cotidianos, seria uma fusão – quarta maneira observada por Roque (1995) de aparição do cotidiano na arte. A fusão acaba por introduzir objetos do cotidiano na arte, como sendo eles (os próprios objetos), o corpo, ou melhor, a matéria-prima da obra. Como é o caso de Marcel Duchamp, que usou um mictório de louça na sua obra intitulada *La Fontaine*, dando início a uma geração de artistas que criariam, ou recriariam a partir dos mais variados objetos e situações do cotidiano. Desta forma é pertinente a reflexão que:

Uma vez terminado este movimento até a fusão, resulta que no princípio não há mais diferença externa entre o objeto cotidiano e entre o objeto artístico, posto que qualquer objeto industrial (...) ou publicitário (...) pode ser representado tanto quanto na obra de arte⁵ (ROQUE, 1995, p. 317).

Tendo observado estas quatro formas em que o cotidiano aparece na obra de arte, Roque (1995) salienta que, paradoxalmente ao fato de se sucederem ao longo da história, cada uma destas quatro tendências não necessariamente implicaram no desaparecimento das outras, pelo contrário, coexistem; e a seguir veremos como transcendem a arte e se refletem nas imagens publicitárias do contemporâneo.

A coexistência destas formas que a arte usa para retratar o cotidiano, também pode ser observada na maneira como a publicidade o faz. Por isto

⁵ Tradução livre da autora de: “Una vez terminado ese movimiento hacia la fusión, resulta que un principio no hay mas diferencia externa entre el objeto cotidiano y el objeto artístico, puesto que cualquier objeto industrial (...) o publicitario (...) puede ser presentado en tanto que a obra de arte”.

procuramos mostrar como também a publicidade se apropria dos recursos da arte para apresentar suas visualidades de cotidiano.

Antes, porém, de concretizar nossa proposta, gostaríamos de salientar dois pontos. O primeiro deles é que a publicidade utiliza os mesmos preceitos da arte, que podemos reconhecer em várias escolas artísticas. Cor, forma, distribuição de elementos, estilos e até mesmo motivos da arte são apropriados pela propaganda e pela publicidade, até mesmo de forma natural, já que a arte é mais antiga e empresta suas bases para várias ciências, entre elas a comunicação, dentro dela a publicidade.

Historicamente, sabemos que, antes de existirem publicitários propriamente ditos, os artistas plásticos e da literatura eram os profissionais mais gabaritados para a tarefa de ilustrar e escrever os reclames, uma vez que tinham maior afinidade com as ferramentas e recursos da linguagem (escrita e visual).

Isto ocorre também porque tanto a arte quanto a publicidade vão trabalhar com o que há de latente no ser humano, e, numa pré-visão psicanalítica, buscar desejos inconscientes, jogar com satisfação/insatisfação, abordar nossos medos, nossas culpas numa perspectiva imaginária (ROQUE, 1995).

Durante a leitura de Roque (1995) especialmente das quatro tendências que a arte apresenta o cotidiano, surge-nos a hipótese de que estas quatro formas de representação do cotidiano também se aplicariam à publicidade. Isto porque a publicidade está tão envolvida com o cotidiano quanto a arte, tentando vender, com suas imagens, um dia-a-dia de realizações e promessas. E tal qual na arte, estes objetos/cenas do cotidiano não aparecem apenas de uma maneira, mas de diversas formas. Neste sentido, esta investigação busca também aplicar estas formas também à publicidade, cientes das restrições que ambas possuem.

A primeira delas, apresentada por Roque (1995), é a idealização. Na arte, idealização significava mostrar uma imagem que transcendesse o cotidiano, que fosse além. Não é diferente no caso dos anúncios, pois, para nossos olhos, atrai muito mais uma imagem de perfeição. Os exemplos são simples e evidentes: os

atores nos comerciais são, via de regra, mais belos e bem apresentáveis que a média. Nas imagens dos reclames, as cenas do cotidiano são idealizadas mostrando um dia-a-dia em que não há farelos na mesa do café da manhã, a dona-de-casa limpa o chão com os cabelos perfeitamente penteados e os maridos trazem flores ao voltarem do trabalho. Ou nas palavras do ferrenho crítico Oliviero Toscani: “os bebês fazem xixi azul”.

Tal qual na arte, há uma tendência na publicidade em se mostrar o nosso dia-a-dia melhor, mais belo, do que ele realmente é, numa tentativa de agradar aos olhos – esteticamente educados – e vender uma promessa de felicidade, assepticamente perfeita.

O contrário também existe, e não poderia ser diferente numa sociedade complexa, com mercados segmentados e proliferação de imagens, gosto, tendências (HARVEY, 2002), que parte dos anúncios mostrasse imagens mais cruas e reais. Estar-se-ia então falando da descrição, segunda tendência observada por Roque (1995).

Na publicidade, esta tendência a ser mostrada na realidade sem máscaras se daria por uma série de motivos, entre eles, a proliferação de um *tudo* na complexa sociedade contemporânea. Autores como Harvey (2002), Featherstone (1995) e Canclini (1992) observam o surgimento de diversas culturas, que coexistem e se mesclam, dão origem a novas culturas, no que chamam de culturas híbridas (CANCLINI, 1992), causa e consequência do processo de globalização, tecnologização. Nesta cultura que faz desaparecer limites de fronteira geográfica, espaço e tempo, há gostos diversos, e como há todo um suporte de industrialização em massa, pode-se pensar paradoxalmente em massificação e ao mesmo tempo em segmentação.

Da segmentação – que por hora é o que nos interessa – geraria a multiplicidade e a aceitação de gostos e estilos, e falando de maneira simplista, uma cultura que aceita imagens do belo ao bizarro, englobando o feio, o sujo, o esquisito (COELHO, 2001), e onde o real que extrapola as intenções de veracidade na busca de chocar. Além disto, o choque – ironicamente, como na arte – e as reações

adversas que uma imagem realista causa são um recurso do qual se lança mão para que, num mundo de imagens que se proliferam, estas chamem a atenção.

Paralelamente a isto, a carga de informações que os sujeitos têm hoje sobre o mundo que os cerca, não permitem mais que se possa esconder ou mascarar realidades todo o tempo.

Exemplos bem caricatos da descrição realista na publicidade são as campanhas de trânsito que usam fotos de acidentes reais, campanhas de saúde que mostram deficientes físicos e pessoas com membros amputados, ou campanhas contra a miséria e a fome que, geralmente, usam fotos dos próprios mendigos de rua.

Roque (1995) fala ainda de interação como forma da arte retratar o cotidiano. Trazendo isto para o campo da publicidade, vemos que *interação* e *interatividade* (a expressão mais em voga nos dias de hoje) têm a mesma raiz semântica, e, apesar de descartarmos aqui os exemplos da publicidade na *web*, podemos perceber como a publicidade se apropriou desta tendência.

Primeiramente percebemos que o inusitado, a surpresa parece ser o que mais agrada aos sujeitos, especialmente no contemporâneo. Então, a materialidade do jornal, do papel que Picasso colou na tela, agrada, primeiramente, aos olhos, depois ao tato. É o inesperado de deslocar um objeto comum ao cotidiano – o jornal – para um espaço onde ele não é (era) comum, a tela do artista, o museu, a galeria.

Seguindo este princípio, a publicidade também desloca os materiais e os *cola*, tal qual Picasso, em busca de um efeito-surpresa, em lugares inusitados. Hoje não é incomum, mas nem por isto sem surpresa, que encontramos *colados*, em páginas de revistas, pacotes de refresco em pó, absorventes higiênicos, lenços de papel, envelopes, CDs, enfim, uma gama de objetos que não pertencem, em essência, aquele meio, e sequer tem poder de chamar a atenção quando, em seu espaço natural, mas deslocados do contexto, tem poder de atrair nossa atenção.

Da mesma forma a fusão, quarta tendência analisada por Roque (1995), é interpretada também pela publicidade. Num mundo onde até mesmo a arte teve que sair às ruas, misturar-se ao cotidiano para ser vista, percebida, contemplada (COELHO, 2001), a publicidade também vai às ruas atrás dos sujeitos. Tal como a arte que sai da galeria e ganha formas de instalação, objeto industrial, ou performance, a publicidade sai da mídia convencional para o que hoje chamamos de novas mídias, mídias alternativas ou *no media*. Ela transfigura-se em performances (geralmente chamadas *blitz*), espetáculos, mecenato, patrocínio, roupa, brinde, música, ou que a imaginação mandar, para atingir todos os níveis do cotidiano.

Na fusão, ainda podemos perceber mais uma curiosidade, que é o valor simbólico dos objetos, e daí, seu grande elo com a arte que, segundo Roque (1995), se daria via objetos.

Para entender este valor simbólico dos objetos precisamos antes lembrar que vivemos no que chamamos cultura de consumo. Ela é consequência de uma sociedade pós-industrial que produz em massa, portanto tem necessidade de escoamento de mercadorias também em massa. Para que este escoamento ocorra de forma eficiente, os sujeitos devem ser levados a consumir constantemente e a descartar com a mesma frequência na intenção de mais consumo (FEATHERSTONE, 1995).

Neste processo, a comunicação, especialmente a publicidade e a propaganda têm papel fundamental, pois a única maneira de fomentar o consumo de bens e serviços é dar aos objetos um valor ilimitado, ou seja, simbólico. Conforme Baudrillard (1981) todo objeto tem um valor determinado e finito: seu valor de uso. Assim, uma calça jeans serve para cobrir/agasalhar o corpo. Se o sujeito adquirir uma calça jeans por seu valor de uso, ela lhe basta e lhe satisfaz. Mas há um outro valor que se sobrepõe a este na cultura de consumo: o valor simbólico agregado aos bens e serviços. Estes valores são subjetivos e infinitos. Neste sentido um jeans tem, além de seu valor de uso (cobrir/agasalhar o corpo), o valor simbólico, que pode ser status (valor agregado pela marca), poder, sedução, tarefa de combinar-se com outras peças de roupa, ser peça de estoque (ter mais de um jeans), refletir atualidade/despojamento, identificação com certos grupos, etc.

Como resultado do deslocamento dos objetos do cotidiano, na arte e na publicidade, é imperioso pensar na curiosa inversão: a arte pega objetos da produção de massa e leva para suas obras, numa tentativa de dessacralizá-las, de pôr em questão o valor aurático da obra. Enquanto isto a publicidade pega os mesmos objetos e põe no seu campo, conferindo-lhes valores de obras raras, rótulos de exclusividade.

Através destes exemplos analisados e interpretados aqui, acredita-se que exista uma aplicação das tendências de retratar o cotidiano na arte (ROQUE, 1995) que podem ser aplicadas às imagens da publicidade contemporânea, por isto serão recuperadas em capítulo posterior. Em ambos os casos, unidos pelos objetos do nosso dia-a-dia, o interesse parece ser o mesmo: trabalhar visões diferenciadas e convidar-nos a olhar as formas sob outros prismas, e talvez, quem sabe, deixar-nos seduzir por elas.

Diante destas considerações, partimos para os capítulos subseqüentes em que trataremos da prospecção pós-moderna das imagens modernas de Frida Kahlo. Neste caminho, usaremos a Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995) como metodologia, e os conceitos até aqui revisados como base para análise e interpretação/reinterpretação.

2 AS IMAGENS MODERNAS DE FRIDA KAHLO

No capítulo anterior, analisamos a imagem como uma ferramenta capaz de comunicar crenças, valores e idéias, cujo desenvolvimento está ligado diretamente à história do homem, pois, na maneira deste compreender a imagem, está também à maneira dele se expressar. Manguel (2001) nos fala de um tempo onde a possibilidade de leitura era uma característica inerente e essencial do ato de pintar. E, apesar do autor falar de um momento específico do século XVI, reconhece também em outros momentos da história da imagem “a possibilidade, por meio de um vocabulário compartilhado, da comunicação entre o ponto de vista do artista e o ponto de vista do público” (MANGUEL, 2001, p. 43).

Se as imagens comunicam, o que estaria nos dizendo a obra de Frida Kahlo? Responder esta questão parece-nos fundamental para, em momento posterior, interpretar as imagens midiáticas que a obra de Kahlo retoma num ambiente pós-moderno. Não nos esqueçamos, porém, que as telas de Frida são construções simbólicas, permeadas por simbologias do imaginário de seu tempo, e sua condição.

Acreditamos que, se tratando de formas simbólicas, a metodologia da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995) seja adequada a este estudo, uma vez que propõe a tríplice análise sobre o objeto, ou seja: analisar o ambiente sócio-histórico de Kahlo, depois fazer uma análise discursiva narrativa das dez obras escolhidas, conforme indicado no capítulo de metodologia, e ao final uma interpretação/reinterpretação da obra de Frida Kahlo. Por isto organizamos este capítulo em três momentos correspondentes às análises sócio-histórica, discursiva e a interpretação/reinterpretação, nesta ordem. São eles: *O espelho de Frida*, *A tela de Frida* e, por fim, *Frida Kahlo no espelho*.

2.1 ESPELHO DE FRIDA

Frida Kahlo pintava-se olhando no espelho. O que via, neste espelho, era muito mais que a própria imagem: sonhos, devaneios, acontecimentos cotidianos. Muito mais do que aquilo que pintava, ela via no espelho o que acontecia ao seu redor e que se refletia em suas telas. Assim, o espelho de Kahlo era moldura e recorte. Provavelmente se pudéssemos olhar pelo espelho de Kahlo, veríamos o tempo e o espaço em que ela viveu como pano de fundo de suas obras, de sua história, de seu imaginário. Por isto, o espelho é a analogia escolhida para o primeiro momento deste capítulo, quando pretendemos traçar uma análise sócio-histórica prevista por Thompson (1995) de nosso objeto, ou seja, as imagens de Frida Kahlo.

O tempo de Kahlo é a modernidade. Uma modernidade que aparece – reflete-se – em tudo o que pinta, seja de forma explícita, seja através da negação e do protesto. Mas o que caracteriza a modernidade? Como reconhecemos tais traços na obra de Frida?

Buscaremos responder esta pergunta, pois acreditamos que haja “uma íntima relação entre os processos comunicacionais e os desenvolvimentos sociais” (HOHLFELDT, 2001, p. 63). Por isto, neste primeiro momento, tentaremos embasar nossa análise sócio-histórica. Começamos por conceituar a modernidade – o tempo em que as obras da pintora são concebidas – até que esta nos leve à Frida Kahlo. Nosso objetivo primeiro é o de “identificar e descrever as situações espaço temporais em que as formas simbólicas são produzidas e recebidas” (THOMPSON, 1995, p. 366). E o caminho começa percebendo a modernidade, segundo a interpretação de Coelho (2001), que discorre sobre o moderno, o modernismo e a modernidade.

Segundo o autor, moderno é a palavra escolhida para dar nome ao tempo. Um termo vago, um índice “que designa alguma coisa sem conceituá-la” (COELHO, 2001, p. 13). Complementando esta idéia e buscando, na etimologia da palavra, o sentido de *moderno* é uma palavra que vem *hodiernus* – derivada de *hodie*, hoje.

Uma variação de *modernus* está sendo usada em oposição ao termo *antiquos* (KUMAR, 1997).

Quando falamos em modernismo, estamos nos referindo a um estilo associado aos movimentos artísticos da época moderna, no sentido mais restrito. Podemos pensar ainda no modernismo como um código, um sistema, um conjunto de signos, uma representação; donde se conclui que, sendo uma representação, o modernismo é muito mais uma fabricação do que uma ação, como propõe Coelho (2001).

Se “o modernismo é o fato, a modernidade é a reflexão sobre o fato” (COELHO 2001, p. 17). A modernidade é a tentativa de conhecimento dos fatos, um processo de interrogação e de dúvida, que fazem da modernidade, antes de tudo, uma ação. Por partir de um questionamento, seu ponto de chegada é também incerto, mas sua ação questionadora faz com que a modernidade possa ser a consciência que uma época tem de si mesma.

“O moderno, no limite, é o novo – e o novo é a consciência neurotizada da modernidade” (COELHO, 2001). Lembrando do capítulo anterior, quando falamos em arte moderna, percebemos que o novo é palavra-chave quando mencionamos modernidade já que ela surge num momento de grandes tensões, propondo algo tão surpreendente e inovador, que se convencionou chamarem as idades anteriores a ela de Idades Tradicionais. É consenso entre os autores de nossa referência bibliográfica de que a modernidade se revela como um tempo de necessidade de mudança e de rupturas históricas, e que busca, no desenvolvimento de uma organização social racional, uma nova realidade, onde o sujeito estaria liberto de mitos, religiões e crenças. Assim, na sociedade moderna, “o Novo é sentido como instrumento de ‘libertação’ pessoal, como experiência a ser tentada” (LIPOVETSKY, 1989, p. 183).

Analisando sócio-historicamente (THOMPSON, 1995) vemos que a busca incessante pelo novo, e por um novo racional, vem como consequência da derrocada dos valores e das verdades até então estabelecidas. A partir destas rupturas no pensamento tradicional que surge a modernidade, num momento que o

sujeito achava-se perdido, ou no mínimo, desconstruído na história e no pensamento. Corroborando com a idéia, encontramos o que Coelho (2001) propõe como três grandes abalos que estão na base desta transformação, pois mudaram a maneira do homem encarar a si mesmo e ao mundo; são eles: a razão, a tecnologia e a ciência.

Observamos o primeiro deles quando Copérnico decretou que a Terra não estava no centro do sistema solar. A partir daí o sujeito depara-se com a primeira destas transformações, ao perceber que não está mais no centro do cenário, literalmente: o mundo não gira à sua volta. Após, Darwin estuda a origem das espécies e declara que o homem é somente mais um no processo; assim, outra vez o sujeito percebe-se como parte e não mais como figura central. A terceira transformação seria motivada pela psicanálise e sua proposta de idéias/pensamentos inconscientes que, de certa forma, diz que nem os sujeitos não sabem ou controlam o que lhes vai à mente. Por fim, Albert Einstein formula a teoria da relatividade, mostrando que não há pontos exteriores de referência absoluta, o que deixa o sujeito à mercê da dúvida e hesitação, que serão a marca de novos tempos, ágeis, dinâmicos e mutantes (COELHO, 2001).

Enquanto a ciência punha em dúvida as certezas tradicionais, também no campo da política e relações sociais as revoluções sugeriam uma nova época. Aqui atentamos especialmente à Revolução Francesa, 1789, que tem como principal conquista a ascensão da burguesia ao poder, até então concentrado na mão da aristocracia. Baseada na razão, esta revolução modifica o sistema de classes sociais, o sistema de sucessão no poder e as idéias de direito monárquico (HOHLFELDT, 2001). Podemos dizer que a Revolução Francesa foi, na verdade, a revolução burguesa, que abria caminho para a que viria posteriormente, a Revolução Industrial de 1822, e que demonstraria aos sujeitos modernos o apogeu da tecnologia e da técnica a serviço da produção, diminuindo o tempo e os custos e alteraria a maneira dos sujeitos se relacionarem com os bens de consumo: “Se a Revolução Francesa deu à modernidade sua forma e consciência características – uma revolução baseada na razão –, a Revolução Industrial forneceu-lhe a substância material” (KUMAR, 1997, p. 93).

E talvez seja por surgir num berço de revoluções que a modernidade conservará, ao longo dos anos, seu caráter revolucionário, cuja principal proposta é a mudança em busca do novo. O novo pelo novo. O novo como superior ao antigo. Kumar (1997) refere-se à modernidade como um constante renovar de valores, de sistemas e de organizações.

Articulado a estas proposições, Harvey (2002) traça um breve panorama histórico e observa que, neste momento, a tecnologia colocava o homem à frente de um mundo também novo. A evolução das estradas de ferro e a invenção do automóvel encurtam as distâncias, bem como a viagem de balão e, posteriormente, de avião. A invenção do telégrafo, do telefone e outros meios de comunicação alteraram a maneira de o sujeito perceber seu espaço e o tempo, oferecendo uma sociedade cada vez mais conectada e, paralelamente, imediatista. Como consequência da abolição do tempo e espaço, a própria noção de fronteira ficaria abalada. O que interfere diretamente na produção das formas simbólicas, em nosso caso, as imagens modernas de Frida Kahlo, especialmente quando lembramos que “além de serem expressões para um sujeito (ou para sujeitos), [as formas simbólicas] são, geralmente recebidas e interpretadas por indivíduos que estão também situados dentro de contextos sócio-históricos específicos e dotados de vários tipos de recursos” (THOMPSON, 1995, p. 193).

Então, se o modo como uma forma simbólica é compreendida depende em boa parte dos recursos e das capacidades que os sujeitos têm de interpretá-las, é útil lembrar que cada uma destas transformações trazidas pela modernidade gerou uma série de outras mudanças no imaginário social, e todas estas terão alguma influência na recepção e compreensão da obra de Kahlo. Entre elas, a explosão urbana, o trabalho na fábrica e a exigência de uma reordenação do espaço físico, com casas mais próximas e, conseqüentemente, menores. Algumas crenças, hábitos e valores, que só faziam sentido na rotina camponesa, são abandonados, e outros são adquiridos na vida urbana (THOMPSON, 1995). Daqui por diante, a cidade seria o palco do desenrolar da história da humanidade.

Estas mudanças afetarão diretamente o imaginário dos sujeitos, que são pagos por hora, descobrindo que o tempo tem um determinado valor, e que seu

trabalho, competência e descanso podem ser medidos proporcionalmente às peças de produção em série (HARVEY, 2002). Por isto, não podemos falar de modernidade sem relacioná-la ao industrialismo, pois ambos têm, na base de seus projetos, a idéia de evolução, progresso e redenção da sociedade através da tecnologia (KUMAR, 1997).

Ainda no que diz respeito a crenças e a valores, ao interligarmos as idéias de Rudiger (2002) e Harvey (2002), inferimos que, atrelados a inovações, os valores se pautam pelo futuro, não mais pelo passado como nas idades tradicionais em que verdades constituídas eram transmitidas pelos antepassados. A modernidade se identifica pela hegemonia da razão (RUIZ, 2004, p. 17), por isto decreta que a verdade só pode ser alcançada através dela, e esta verdade está em algum lugar numa linha de ascendência progressiva rumo ao futuro.

Numa linha de pensamento mecanicista, a ciência e a tecnologia buscam transpor limites até que se encontre o absoluto, mas isto será analisado mais tarde, é um paradoxo para o qual não pode haver sustentação. Ao falar de ciência na modernidade, Rüdiger recorre às idéias de Leo Strauss e comenta que:

O aparecimento da ciência experimental fomentou a expansão do pensamento materialista e mecanicista, que não apenas incentivou os novos termos de entendimento da vida coletiva, mas fomentou uma moralidade indigna do nome, devido ao cunho hedonista e seu acento individualista (RUDIGER, 2002, p. 54).

Nesta afirmação, o autor nos apresenta um outro traço marcante dos novos tempos que é a individualidade. Este traço é fruto do sistema social estabelecido pela modernidade, pois as sociedades pré-modernas, ou tradicionais, são marcadas justamente pelo seu caráter coletivista, ou seja, o predomínio da comunidade sobre a vontade do sujeito. Nela, os sujeitos tinham seu lugar determinado por uma hierarquia em função desta coletividade em que estavam inseridos.

É fundamental observarmos a exposição deste panorama das sociedades pré-modernas para posterior análise da pós-moderna, num momento em que veremos retornarem estes conceitos de coletividade. E também porque a individualidade aparecerá como traço marcante de algumas obras de Kahlo. Por

hora, porém, apenas necessitamos observar que, inversa às sociedades tradicionais, a sociedade moderna era individualista, sobrepujando o grupal, já que o que mantém este sistema é a iniciativa individual e não mais o ritual. O que faz desta sociedade, ao menos em ideal, igualitária, onde cada um pode lutar para conseguir o que almeja (RUDIGER, 1996).

A cultura de tal sociedade, veremos, também está ligada ao consumo, como um meio de satisfação de desejos individuais que garantam ao sujeito um lugar neste sistema social. Sob outros aspectos, porém, perceberemos que esta individualidade se manifestará nos produtores de cultura – e aqui nos referimos à cultura elitizada, com seus produtos culturais plásticos ou literários. Ou ainda as novas formas de arte que surgirão neste período. As obras de Frida Kahlo e as imagens modernas do capítulo anterior nos acenam que o artista moderno é fruto de seu tempo, um perseguidor incansável do novo, ainda que o novo se apresente como algo que só satisfaça quem o produziu. Individualista neste sentido, o artista não se preocupa com o gosto do público, mas em produzir peças que abusem da novidade técnica, para um grupo de consumidores de arte totalmente elitizados. Este grupo dirá o que é e o que não é arte, e de que forma esta arte deve ser lida.

Assim, o modernismo demonstra, na arte, os novos contornos da cultura e, conforme Featherstone (1995), as características do modernismo são a reflexividade e a autoconsciência estética, a simultaneidade e a montagem em lugar da estrutura convencional da narrativa, além de uma ênfase no ser desumanizado, ao invés de uma personalidade integrada, traços mais ou menos reconhecíveis numa posterior interpretação/reinterpretação das imagens de Kahlo.

Lembramos ainda que, conforme o capítulo anterior, no que diz respeito à imagem, há, neste período, duas invenções que colocam a técnica a serviço da arte: a fotografia e, posteriormente, o cinema, inaugurando assim, um tempo onde os inventos técnicos dariam os rumos da cultura (RAHDE, 2001). Mas, para garantir a modernidade na arte, era preciso que as técnicas se renovassem constantemente. Comprovamos isto na sucessão de movimentos de arte moderna que ocorreram: Fovismo, Cubismo, Surrealismo, Abstracionismo, Expressionismo, Surrealismo, entre outros. Aquele capítulo acena ainda que, na verdade, cada um destes

movimentos não buscava aprimorar o outro, apenas renovar. Esta renovação sistemática dos movimentos artísticos acaba em um círculo vicioso, em que se pode prever que o modismo de hoje será substituído amanhã, e o de amanhã, logo a seguir, já não será tão novo. E isto é apenas uma faceta da crise da modernidade, que, segundo Kumar (1997), antes se definia como um rompimento da tradição e acaba por transformar-se também numa tradição, a tradição do novo, da mudança pela mudança; mudança como um simples movimento vicioso e não como uma nova proposta.

Nesta linha, Rudiger (2002) articula que haveria uma crise na modernidade proveniente de um descompasso entre os recursos intelectuais necessários ao seu entendimento e às situações experimentadas. Poderíamos dizer que ao homem moderno foi conferido o poder de transpor limites através das inovações tecnológicas e da derrocada dos limites impostos pela religião ou pela moral antiga. Mas tamanha liberdade deixa o sujeito perdido, no momento que os interesses individuais começam a se chocar. Nas palavras do autor, para estes sujeitos, “o cotidiano é presa de incerteza moral, e o pensamento o compromete em empresas cada vez mais ousadas, violentas e arriscadas, sem que se tenha muita consciência dessa circunstância” (RUDIGER, 2002, p. 52). Associado a isto, repete-se a afirmação de Harvey (2002), de que os sujeitos modernos experimentam a sensação de perda de importantes referenciais como o de tempo e espaço, repercutindo sobre seus imaginários.

Assim, a modernidade nos é apresentada por pensadores contemporâneos – tais como Baudrillard, Featherstone, Harvey, Coelho, entre outros – como uma concepção falida; não, porém, abandonada, visto que precisou se transformar no que mais tarde chamaremos pós-modernidade. Mas até este momento, a intenção de conceituar brevemente a modernidade é de traçá-la como um pano de fundo no espelho de Kahlo. Neste cenário sócio-histórico, se desenrola a história, que é a primeira da tríplice análise prevista para nossa forma simbólica, e para tanto vamos investigar sócio e historicamente o surgimento das imagens de Frida Kahlo.

Neste momento, vale lembrar que, se conhecemos a história do México, é através da informação, da leitura, ou seja, da comunicação que é passada através

de textos e palavras e de um alfabeto comum a nós. Mas não podemos nos esquecer que uma tela, através da imagem que há nela e que é uma forma simbólica, pode também nos comunicar coisas através de um outro alfabeto, o visual.

Reforçamos outra vez a escolha metodológica e a opção por traçar uma análise sócio-histórica de nosso objeto, pois como veremos, vida e obra da pintora se mesclam a todo instante. Mais do que isto, a história da Frida é também a história do México: os valores, crenças e ideais vão fazer parte do cotidiano e, portanto, das telas de Kahlo.

Esta história começa por apresentarmos Magdalena Carmen Frida Kahlo y Calderón, nascida no dia seis de julho de 1907, no povoado de Coyoacán, hoje integrado à cidade do México. Coyoacán seria palco de sua trágica história; na mesma “Casa Azul” construída pelos seus pais, nasce e morre Frida Kahlo (HERRERA, 1994).

A terceira dos quatro filhos de Matilde e Guillermo Kahlo foi amamentada por uma ama de leite índia, pois sua mãe logo engravidaria da irmã Cristina. Frida cresce cheia de mimos do pai, o fotógrafo imigrante de quem herdaria o gosto pela pintura, fotografia e imagem. Mas os biógrafos de Frida, como Hayden Herrera (1994), Andréa Kettenmann (2001) e Carlos Fuentes (2005) – que escrevem o prefácio de seu diário – vão se concentrar mesmo na trágica vida da mexicana e na relação de suas pinturas com a dor: a dor de não ser amamentada pela mãe, a dor do México, a dor física que dilaceraria o corpo de Kahlo. A dor que, de tão presente, dá nome a seu cachorro de estimação: *Dolor* (FUENTES, 1995). Apesar de trazermos aqui aspectos particulares e subjetivos, reforçamos que a importância deles já é prevista no método desde raízes da hermenêutica, quando Dilthey (1992) propõe que englobemos simultaneamente em nossa interpretação os diversos campos de significado e significação, inclusive o subjetivo.

Para além da subjetividade a tragédia parece ser pontual na história de Frida. Tanto que ela diz a um de seus biógrafos: “Lembro-me que tinha sete anos quando se deu ‘A Decena Trágica’” (KETTENMANN, 2001, p. 07), referindo-se aos

dez dias trágicos de 1913, na Revolução Mexicana (1910-1920). A história do México parece confundir-se com o começo de uma série de tragédias pessoais, pois aos sete anos Kahlo sofre de poliomielite, que deixaria o pé esquerdo atrofiado e uma perna debilitada para o resto da vida.

Estudante do Colegio Alemán – a escola alemã do México – Frida recebe a instrução primária, e depois é aprovada num rigoroso teste para a Escuela Nacional Preparatoria, uma das mais renomadas do país. Deste tempo vem seu envolvimento político, ao se juntar com um grupo chamado *Los Cachuchas*, que discutiam questões contemporâneas (KETTENMANN, 2001). Temos aqui a escola e a política – o que Thompson (1995) prevê como influência das instituições e da estrutura social na compreensão das formas simbólicas. Mas depois outras instituições farão parte de sua rotina, especialmente os hospitais.

Em 17 de setembro de 1925 Kahlo sofre um grave acidente, quando o ônibus escolar em que voltava para casa foi atingido por um bonde elétrico. Dados incertos em suas biografias detalham o acidente em que uma barra de ferro teria transpassado seu corpo da altura da barriga até a vagina. Em meio à desolação, um toque de realismo mágico bem ao gosto dos latino-americanos diz que, com o acidente, a roupa da menina se rasgou, deixando o corpo à mostra, ensangüentado, mas também coberto de ouro... de pó-de-ouro levado por um artesão, passageiro do ônibus.

Diante da dilacerada figura escarlate e dourada, os médicos chegaram a duvidar da recuperação. Herrera (1994) comenta que, a partir deste ano, “sua vida foi uma eterna luta contra a lenta desintegração”⁶ (HERRERA, 1994, p. 36). Frida tinha 18 anos. Desde então ela sofreu 32 cirurgias até o dia de sua morte, 29 anos depois. Em vida, usou vários tipos de coletes cervicais e, em 1953, teve uma perna amputada por gangrena (FUENTES, 1995).

Na ocasião do acidente, desenganada pelos médicos, Kahlo reage pintando. Em 1926, faz seu primeiro auto-retrato. Daí em diante resolve pintar toda sua vida,

⁶ Tradução livre da autora de: “su vida fue una eterna lucha contra a lenta desintegración”.

da concepção ao nascimento, em quadros que contam um pouco de sua história, e esta evidente influência de seu contexto e de seu imaginário sobre a produção da forma simbólica aparece aqui e será explorada posteriormente. Por hora, lembramos que a pintura, além de dom e de forma de comunicar seus valores, desejos e anseios, era um elo com sua grande paixão, o pintor Diego Rivera, com quem foi casada por duas vezes e teria uma conturbada relação por toda vida.

Rivera era 20 anos mais velho que Frida, quando se casaram em 1921 (KETTENMANN, 1994). Um casal curioso, por ser ela uma mulher franzina e pequena, e ele um homem alto, gordo e possante, o que levou Guillermo Kahlo – pai da pintora – a comentar em certa ocasião: o casamento da pombinha com o sapo (KETTENMANN, 2001).

O casal chama a atenção além da diferença física e de idade, também pelo casamento conflitado com infidelidade de ambas as partes. Os biógrafos sugerem o envolvimento de Kahlo com figuras importantes, como o pai do surrealismo André Breton, o revolucionário Leon Trotsky, o capitalista Nelson Rockefeller (OUTEIRAL, 2004) e o fotógrafo Nickolas Muray (KETTENMANN, 2001) e falam abertamente de seu relacionamento com mulheres.

Bissexual, a pintora costumava vestir-se de homem desde sua juventude (Figura 11), e mais de uma vez chegou a cortar seus cabelos bem curtos, estilo masculino da época. Herrera (1994) comenta que Diego Rivera sentia mais ciúmes de Frida com outras mulheres do que com outros homens. Contudo, não foi a dupla sexualidade ou o perfil explosivo de Frida que faz de sua relação com Diego um caso notoriamente turbulento, pois grande parte do comportamento promíscuo de Kahlo provinha da infidelidade do marido. Diego Rivera sempre fora um homem infiel, chegando até mesmo a ter um caso com Christina, irmã mais moça de Frida.



Fonte: Kettenmann (2001)

Figura 11: Frida vestida como um homem – 1926

O casamento ia mal também porque a pintora não conseguia ter filhos. Depois do acidente e inúmeras cirurgias, a dor era agravada a cada aborto, e foram pelo menos três. Um deles, em 1932, quando morava em Detroit (EUA) com Diego Rivera, rendeu uma tela chamada *O Hospital Henry Ford* ou *A cama voadora* (KETTENMANN, 2001). Apesar de este ter uma ligação explícita com o fato, o aborto, a gestação, o parto e o feto são temas recorrentes em suas obras como veremos na análise discursiva a seguir, já que “a produção de objetos e expressões significativas – desde falas quotidianas até obras de arte – é uma produção tornada possível pelas regras e recursos disponíveis ao produtor” (THOMPSON, 1995, p.368).

Compreendendo um pouco mais sobre Frida Kahlo, a idealizadora de tais formas simbólicas, vemos uma figura curiosa, seja vestida como um homem, ou com seus trajes *tehuana*. Sempre coloridos e com amplas saias, fitas nos cabelos e muitas jóias, geralmente em tamanho exagerado, que conferiam ao seu trajar uma autenticidade excêntrica, chamando atenção sobre sua figura, como comenta Fuentes (1995), acrescentando ainda que as jóias e acessórios faziam Frida tilintar ao andar. A roupa da mexicana chamou a atenção da estilista Elsa Schiaparelli,

tanto que, em sua visita a Paris, Schiaparelli criou um traje inspirado na pintora e batizado de “Madame Rivera” (CATTANI, 1997).

Não só suas roupas encantaram a França como também seu estilo agradou aos franceses. O pai do Surrealismo André Breton, em visita ao México em 1939, considerou *Madame Rivera* como uma autêntica surrealista, especialmente por causa das anotações e desenhos (Figura 12) que fazia em seu diário pessoal (HERRERA, 1994). Kahlo rechaçou o título.



Fonte: Fuentes (1995)

Figura 12: Fragmento do diário de Frida Kahlo

Mais do que uma excentricidade da pintora, o rechaço ao título de surrealista faz sentido se pensarmos que, conforme visto no capítulo anterior, os surrealistas pintavam a partir do que sonhavam de devaneios, enquanto a obra de Kahlo está muito mais ligada a sua realidade concreta. Mas não se pode negar, porém que existe uma série de traços comuns entre a pintura de Frida e o surrealismo nascido na França. Destacamos aqui o interesse pelo inconsciente, as imagens inquietantes e os temas nada ortodoxos (FUENTES, 2005).

O trajar, o pintar, tudo em Frida era incomum. A cama que ela dormia tinha um esqueleto pendurado no dossel, o que mostra a grande ligação dela com o imaginário mexicano e sua cultura da morte, chamada por eles de *llorona* (a chorona); e no mesmo sentido com os ex-votos (ROQUE, 1995), objetos de devoção e relíquias. É importante perceber que, no México de Frida Kahlo, há uma cultura da morte de forma peculiar: ela é temida, mas também festejada e afrontada. A morte é quase uma entidade, geralmente representada por esqueletos brancos que, por ironia da forma, estão sempre rindo.

Este olhar sobre o simbólico é importante em nossa análise sócio-histórica e cultural, porque está ligada também à maneira como os mexicanos vêem a vida – brincando e barganhando com a morte. Uma destas formas de barganha são os ex-votos. Surgido na nobreza européia e logo popularizada, o ex-voto se trata de uma prática de agradecimento a uma divindade ou santo por alguma ajuda – curas, graças – através do oferecimento de alguma prenda que poderia ser uma placa, um desenho, uma escultura de cera, enfim, as formas são múltiplas já que, na sua origem, o ex-voto é uma prática ritual pessoal (ROQUE, 1995). Roque (1995) usa o exemplo de Frida Kahlo para explicar que o ex-voto passa a ser uma espécie de arte popular justamente no México dos anos 20, quando os artistas começam a se inspirar nesta prática popular para compor suas obras, e no caso da artista, até mesmo para fazer dedicatórias.

Mas nem mesmo a “arte de culto” (ROQUE, 1995, p. 320) livraria Kahlo de seu destino doloroso: ao fim de sua breve vida, teve a perna amputada. Caiu de cama, gravemente enferma, mas nem por isto deixou sua personalidade forte de lado, e exigiu ser levada na própria cama para sua última exposição no México (HERRERA, 1994).

E se tudo em Kahlo beira o surreal, o episódio de sua morte tem um quê de alegoria: Strickland (1999) conta que, na cerimônia de cremação, o calor do forno fez o cadáver da pintora sentar. E a longa cabeleira de Frida Kahlo, solta, começou a queimar pelas pontas, transformando-a, por alguns instantes, num bizarro girassol de fogo.

Com toda a recuperação da racionalidade e a inovação modernista mesclada da fantástica e folclórica história de Frida Kahlo, apresentamos a análise sócio-histórica da primeira parte de nosso objeto: as imagens de Frida Kahlo na modernidade. Estas imagens, que são suas obras, serão descritas no momento seguinte numa análise discursiva.

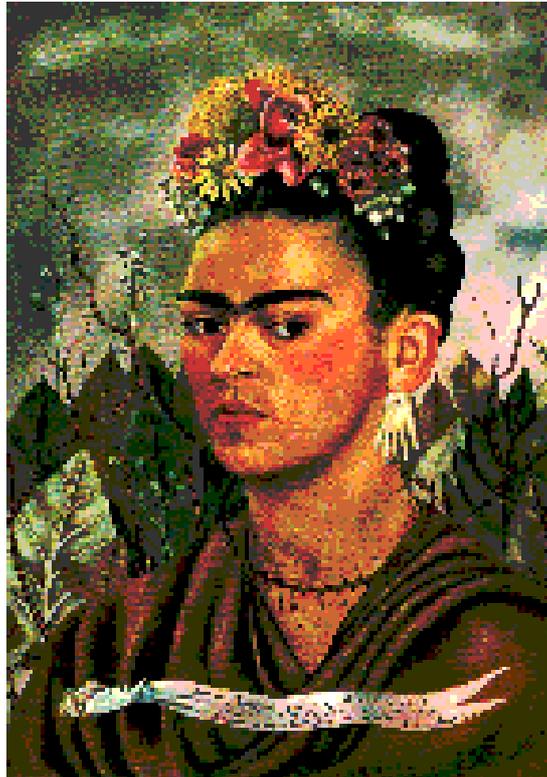
2.2 A TELA DE FRIDA

Tentar enxergar na tela de Frida é tentar analisar de forma discursiva o imaginário de seus processos e resultados pictóricos, percebendo seus elementos, suas cores, palavras, influências. Um trabalho difícil quando falamos de uma artista com aproximadamente 200 obras, boa parte auto-retratos feitos a partir do seu reflexo no espelho.

Como discriminamos em nossa metodologia, foram escolhidas intencionalmente 10 obras que, em nosso modo de ver, são as mais representativas de “padrões, personagens e papéis que são muito comuns a um conjunto de narrativas [telas] e que constituem uma estrutura subjacente comum [obra completa]” (THOMPSON, 1995, p. 374). Ou seja, nestas telas, encontramos algo em comum, ou porque se ligam com as peças analisadas no próximo momento, ou porque representam um estilo de retratar, ou ainda porque fazem uma alusão clara a algum evento ou estilo artístico que é considerado importante, mas, sobretudo porque são mensagens (MARTINO, 2001) que comunicam um estilo de vida e uma maneira de viver da pintora mexicana. Lembramos que estas obras não serão apresentadas neste momento em ordem cronológica de datas, mas numa ordem aleatória, considerada mais pertinente ao texto.

Dizia Manguel (2001, p. 195) que “todo o retrato é um espelho; por outro lado, os espelhos são instrumentos da vaidade, quer reflexos da alma, são retratos“. Assim, se Frida era a mulher que se pintava a partir do seu reflexo no espelho, acreditamos que um auto-retrato seria uma boa maneira de começar esta análise discursiva (THOMPSON, 1995), a qual nos permitirá primeiro perceber o que Frida

Kahlo deseja expressar com sua pintura e, num segundo momento, a possibilidade de interpretar/reinterpretar, a partir destas informações, quais os valores que as imagens de Frida passam para o contemporâneo. Apresentamos então *Auto-retrato pintado para o Dr. Eloesser*, de 1940 (Figura 13).



Fonte: Kettenmann (2001)

Figura 13: Auto-retrato dedicado ao Dr. Eloesser, 1940

Nele Frida Kahlo se pinta bonita, com flores nos cabelos e um manto verde sobre os ombros, lembrando a idealização da pintura proposta por Roque (1995) no capítulo anterior. Ela está pousada em frente a um cenário que mescla folhagens murchas, secas com outras folhas novas e botões, recuperando os elementos da natureza muito presentes em sua obra. Apesar da sua pose revelar quase um perfil, podemos supor que só uma das orelhas traz um brinco, já que, havendo o par, por ser longo, deveria aparecer parcialmente do outro lado. Outra pista que reforça a suspeita do brinco ser único, é que este tem o formato de uma luva, um objeto que vem aos pares e o par deste estaria justamente na base do retrato, segurando uma faixa branca com os seguintes dizeres: “Pintei o meu retrato em 1940 para o Doutor

Leo Eloesser, meu médico e meu melhor amigo. Com todo o amor Frida Kahlo” (KETTENMAN, 2001, p. 57).

O outro adorno que Frida Kahlo apresenta no retrato é um colar de espinhos que lhe fere todo o colo, provocando sangramentos. Mesmo com o colar, seu rosto é sereno: não esboça sorriso nem dor.

Nem sorriso e nem dor na expressão da obra *Veado Ferido* ou *O Veado* ou ainda *Eu sou um pobre veado*, de 1946 (Figura 14), que, com algumas outras obras da pintora, como *A raiz* (1945) põe em evidência sua ligação com os mitos característicos do imaginário latino-americano.



Fonte: Kettenmann (2001)

Figura 14: O veado ferido e raiz

Em ambos os casos, temos o rosto de Frida Kahlo, que não deixa dúvidas da identidade do (auto) retrato. Porém, os corpos estão metamorfoseados: no primeiro, Frida tem um corpo de veado, um animal conhecido pela sua delicadeza e fragilidade. O corpo dele está ferido por nove flechas, cinco na região das costas e lombar e quatro no pescoço e peito. Mesmo assim, o animal corre por uma floresta que parece escura e sem vida. Ao fundo o mar, no chão, um galho quebrado ainda com folhas.

No outro, o corpo da mexicana abre-se em folhas e raízes, como se ela estivesse agarrada a terra. E esta terra é seca e árida, talvez pelo calor que faz na América Central ou numa referência ao deserto. Apesar de mesclar-se ora à planta, ora ao animal, o que Kahlo nos traz em comum nestas duas telas é a dualidade, aspecto fundamental na mitologia latino-americana, com seus bois-tatás, seus botos encantados, Salamancas do Jarau, etc...

O duplo vai aparecer também sobre outra forma, a de separação/comparação em diversas telas da pintora, como em *A árvore da esperança se mantém firme* (1946), obra não figurada no trabalho, mas que traz sua imagem dividida em dia e noite. Numa análise discursiva narrativa desta tela, temos Frida com as costas nuas e corte sangrando, deitada de bruços sobre uma maca. Apesar dos elementos de ligação, que fazem da composição uma imagem única, na outra metade, sobre um fundo noturno, a mexicana está com um bonito vestido de *tehuana*, segurando o colete ortopédico numa das mãos e a bandeira com o nome do quadro em outra (KETTENMANN, 2001). Também no seu *Auto-retrato na fronteira do México com os Estados Unidos*, pintado em 1932, Frida Kahlo se pinta no centro da tela com um elegante vestido cor-de-rosa e uma bandeira do México nas mãos. A partir desta figura central, de um lado retrata os deuses e forças naturais que regem o México e de outro a indústria e as máquinas que movimentam os Estados Unidos (KETTENMANN, 2001). Interessante perceber que a pintora está parada sobre um pedestal onde se lê “Carmen Rivera pintó su retrato en año de 1932”, ou seja, ela usa seu terceiro nome – Magdalena Frida Carmen – e o sobrenome do marido Diego Rivera.

Mas a obra que escolhemos para uma análise discursiva mais elaborada é a tela de 1939, *As duas Fridas*. Esta escolha se deu porque uma das peças gráficas, o cartaz de cinema do filme Frida, é um pastiche desta pintura. Assim, acreditamos que ela revelará uma maior possibilidade de interpretação/reinterpretação (THOMPSON, 1995) do imaginário de Kahlo, feito posteriormente. Em *As duas Fridas*, Kahlo se retratou duas vezes, sentada sobre o mesmo banco em lados opostos da tela. Numa veste um vestido em estilo europeu, na outra, um traje *tehuana* (Figura 15).



Fonte: Kettenmann (2001)

Figura 15: As duas Fridas

Elas estão de mãos dadas, sentadas próximas, mas o que realmente as une é o coração, ou o sangue. Os corações anatômicos parecem sair do peito das Fridas e as une em colares de artérias. A mulher com roupa europeia sangra. Seu coração está aberto e uma tesoura cirúrgica tenta conter este sangue. A mexicana traz na mão um amuleto com a foto do marido quando criança (KETTENMANN, 2001). A expressão calma do rosto é comum a ambas, paradas sobre um fundo nebuloso.

Analisando a discursividade desta forma simbólica, podemos ainda inferir que as duas Fridas da obra estão quase que de frente uma para a outra, pousadas semelhantes às poses de fotografia, com os corpos voltados para o centro da tela – ou uma para a outra – e os olhares para o espectador.

A mesma dor e os órgãos expostos em *As duas Fridas* também estão presentes quando ela pinta um de seus abortos na tela *Hospital Henry Ford* ou *A cama voadora* (Figura 16).



Fonte: www.artchive.com

Figura 16: A dor retratada e legendada

Frida está nua na cama do Hospital Henry Ford. Nua e sozinha numa cama grande demais para seu corpo, e que parece flutuar num lugar deserto. Longe, o cenário ao fundo são fábricas e construções que sugerem um lugar industrializado, uma cidade grande. Não há qualquer medicação perto da paciente de barriga ainda inchada pela gravidez, que se esvai em sangue sobre os lençóis brancos do hospital. No seu rosto uma grande lágrima.

A mexicana segura, numa das mãos, três fios vermelhos e, em cada uma das seis pontas, a pintora “amarrou” um objeto referente ao seu momento. Da esquerda para direita, sobre o corpo, flutua um modelo anatômico do tronco de um corpo, muito semelhante aos encontrados em consultórios médicos, mostrando em corte lateral o interior do corpo humano. Ao seu lado e ao centro, o feto de um menino de cor parda em tamanho desproporcional e, ao seu lado, um caracol cinzento sai da casa flutuando sobre a cabeceira de Kahlo.

Nas extremidades destas fitas, só que próximas ao chão, um pesado instrumento metálico que Kettenmann (2001, p. 34) acredita ser “provavelmente uma parte de um esterilizador a vapor, como se usava nos hospitais naquele tempo. É um componente mecânico que serve para selar tanques de gás e de ar comprimido e

assim regular a pressão existente lá dentro”. Ao lado do maquinismo, uma orquídea lilás – presente de Rivera na ocasião – aparece murcha, e na seqüência da leitura, os ossos da bacia e pélvis. Observamos que a discursividade desta obra pode ser feita de tal maneira que nos remete à descrição na obra-de-arte, comentada por Roque no capítulo anterior.

Mesmo quando suas telas não gemem de dor como a anterior, fetos e concepções aparecem constantemente, como em *Mis abuelos, mis padres e yo*, 1936 (Figura 17).



Fonte: www.artchive.com

Figura 17: *Mis abuelos, mis padres e yo*

Nesta obra Frida Kahlo comunica, no momento em que nos conta uma história com sua gama de personagens, o que nos recorda a proposição de Thompson (1995, p. 373) para a análise discursiva narrativa:

Uma narrativa pode ser considerada (...) como um discurso que narra uma seqüência de acontecimentos, ou que, como dizemos comumente, nos conta uma história. A história geralmente contém uma constelação de personagens e uma sucessão de eventos, combinados de uma maneira que apresente certa orientação ou enredo.

O enredo desta história está na seqüência de uma espécie de árvore genealógica, tendo Frida – ainda menina – como eixo principal. Ela está nua, no centro da Casa Azul, e de suas mãos sai uma linha que enlaça os pais e divide-se nos avós. A linha que ela segura é o fio condutor que nos diz como o quadro deve ser *lido*; lembramos aqui que a racionalidade e o pensamento linear são próprios da modernidade. Assim também a imagem de um óvulo e um espermatozóide no momento da fecundação nos remete às descobertas científicas e à tecnologia microscópica que eram as grandes evoluções do momento. Matilde, a mãe de Frida, está grávida, e o feto é evidente – recurso usado em diversas obras de Kahlo. Já as imagens dos três casais (dos pais e dos dois avós) foram realizadas baseadas em antigas fotografias de casamento, artifício muito usado pelos artistas desta época apesar de poucos confessarem.

Outra obra com inegável influência da época é *Lo que me dió el agua*, pintada em 1938 e considerada a mais surrealista das pinturas de Kahlo. Segundo os biógrafos, este quadro foi pintado a partir de um devaneio que a mexicana teve quando estava deitada na banheira. Na tela, a visão a partir dos olhos (e do imaginário) de Kahlo, dos próprios pés refletidos na água, acima deles o ralo duplicado, as pernas translúcidas em baixo d'água e, como num espelho multifacetado, fragmentos de diversas obras de sua autoria se mesclam.

A Figura 18 mostra como imagens parciais de *As Duas Fridas* (1939), *Auto-retrato na fronteira do México com os Estados Unidos* (1932), *Recordação* (1937), *Quatro habitantes da Cidade do México* (1938), *Meus avós, meus pais e eu* (1936) e *Dois nus na floresta* (1939), além de imagens desenhadas em duas diferentes páginas do seu diário pessoal, se mesclam a pedaços de *O jardim das delícias* de Bosch e de *A ninfa Echo* de Max Ernest numa psicodélica composição.



Fonte: www.artchive.com

Figura 18: Lo que me dio el agua

A mesma profusão de elementos naturais, sobrenaturais e místicos, só que desta vez sobre outro enfoque, nos é apresentada na tela *O abraço amoroso entre o Universo, a Terra (México), eu, o Diego e o Señor Xaólotl* (1949). A tela é repleta de elementos de significação implícita, que povoam o imaginário da pintora e que ela expõe de forma iconográfica para expressar-se (Figura 19).



Fonte: www.artchive.com

Figura 19: Obra de Kahlo em 1949

Analisando discursivamente (THOMPSON, 1995) temos Frida Kahlo sangrando no centro da imagem, com Diego Rivera como um bebê pequeno em seu colo. Rivera tem uma chama acesa na mão e um terceiro olho, imenso, sobre a fronte. Quem auxilia Kahlo a segurar o marido/filho é a Mãe Terra (México), representada por uma mulher em verde, de onde nascem as plantas, mas cujo peito está aparentemente ferido por uma rachadura e do seio escorre leite em forma de lágrima. Por trás da cena, o Universo abraça-os. Ele é uma figura dupla, dia e noite, sol e lua, com um rosto de máscara difuso em névoa. Seus braços bicolores seguram a Terra, derramam as raízes e, sobre seu braço escuro, repousa um cão Itzcuintli chamado Señor Xólotl. Segundo os autores, este não seria apenas o mesmo cão de estimação de Frida e Diego, que tem o mesmo nome, mas também representaria Xólotl, um ser em forma de cão da mitologia mexicana, que guarda o reino dos mortos.

Leva os mortos às costas – como faz o sol todas as noites – ao atravessar o rio para o inferno para que possam ressuscitar. Assim, ao juntar o cão, o princípio dualista da mitologia pré-hispânica está completo – vida e morte

são inseridos de igual modo na concepção harmoniosa do mundo da artista (KETTENMANN, 2001, p. 76).

Diego Rivera aparece em boa parte da obra da pintora. Às vezes como filho – figura anterior – às vezes como pensamento, como terceiro olho ou como dor. Na Figura 20, Frida faz um retrato bem comportado de seu primeiro casamento com Rivera.



Fonte: Kettenmann, 2001

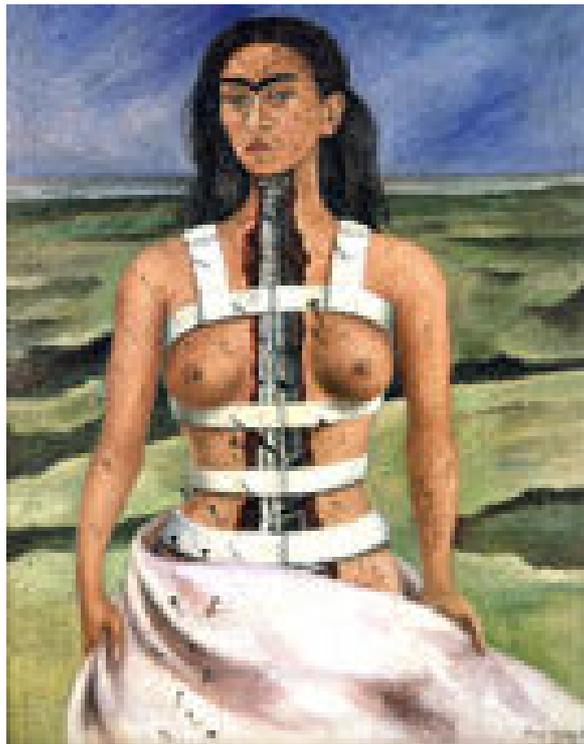
Figura 20: A fotografia de casamento

Nele, é evidente a diferença de tamanho entre Rivera e Kahlo e, segundo Kettenmann (2001), é proporcional ao real. O marido traz paleta e pincéis na mão, identificando sua profissão. A esposa tem um traje que, se nem tanto lembra as índias tehuanas, traz, por outro lado, a explosão das cores da bandeira do México, a verde folha e o vermelho na manta, cujos motivos são tradicionais daquela cultura. Seus cabelos presos em tranças que sobem ao alto da cabeça e as bijuterias evidentes também reforçam o gosto da pintora. Sobre o casal, abençoando e legendando a cena, um pássaro (uma pomba?) traz uma faixa que dedica o quadro ao colecionador Albert Bender, dando a ele um caráter votivo (ROQUE, 1995), o que

pode ser confirmado com a informação de Kettenmann (2001) de que o quadro foi um agradecimento do casal pelo fato de Bender ter facilitado a entrada de Rivera nos Estados Unidos.

O corpo de Frida Kahlo várias vezes aparece transpassado, sangrando, dilacerado, mas o rosto se mantém intacto. É assim com a obra de 1944, *A Coluna Partida* (Figura 21). Nela, o imaginário da pintora revela-se ao mostrar-se quase nua, apenas com um lençol sobre a cintura – (lembrando um santo ou o próprio Cristo) e usando o colete de aço com cintas de couro que foi obrigada a usar neste período (HERRERA, 1994). Kettenmann (2001, p. 67) descreve o quadro dizendo que:

Uma coluna jônica, rachada em vários sítios toma o lugar de sua coluna vertebral facturada. A fenda abismal em sua carne é retomada nos sulcos que marcam a paisagem gretada e erma que se vê atrás (...) os pregos espetados na cara e no corpo lembram o martírio de S. Sebastião.



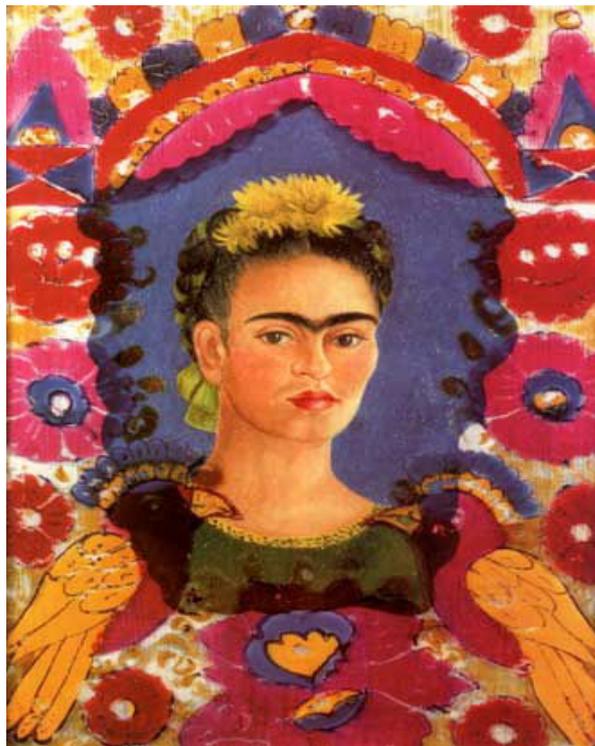
Fonte: Kettenmann, 2001, p. 50

Figura 21: A coluna bipartida

Frida chora copiosamente. Seus cabelos estão soltos e os braços largados sobre o corpo sem demonstrar maior cuidado com a aparência. Isto, em meio à paisagem erma, realça sua desolação.

Em meio a quadros de dor e sangue, a última imagem escolhida para esta análise discursiva, e que posteriormente nos servirá para interpretações/reinterpretações acerca das imagens de Kahlo, é o *Auto-retrato The Frame*, de 1938, cuja alegria e colorido também são significativos por representarem outra faceta das pinturas de Kahlo.

Nele, uma Frida bonita parece ser alegrada pela vivacidade das cores e estampas, apesar de sequer esboçar um sorriso. O primeiro retrato de um artista mexicano a ser comprado pelo Museu do Louvre (KETTENMANN, 2001) é um retrato pintado em fundo azul sobre folha de alumínio. Os pássaros tropicais e as grandes flores em amarelo e magenta, que decoram a borda, foram pintados posteriormente sobre um vidro e sobrepostos ao retrato. Na profusão de cores, encontramos ainda o verde na roupa de Kahlo e nas fitas que trançam e amarram seus cabelos (Figura 22).



Fonte: Kettenmann, 2001, p. 30

Figura 22: Auto-retrato – The frame

Apresentada a última obra, e cientes de que até este momento nossa forma simbólica foi apenas contextualizada e apresentada, retomamos a idéia de Dilthey (1992). Estes símbolos aqui analisados discursivamente devem integrar-se na

conexão da imagem e do mundo, numa interpretação que nos possibilite ir além e perceber que é possível obter uma elucidação e análises conceituais destes símbolos, ou seja, ver que, para além das representações iconográficas, estas imagens comunicam sentimentos, idéias e histórias, ainda que contar uma história não seja sua primeira intenção. Por isto partimos para o próximo subcapítulo, de interpretação/reinterpretação como proposto pela metodologia. Nele, veremos que, se reconhecemos que as imagens estão no lugar de alguma coisa (JOLY, 1996), e são capazes de representar algo, portanto, de comunicar:

A imagem já é uma construção de sentido, ela carrega um modo de ver e entender as coisas. A imagem integra a sensação e a significação. Toda imagem é uma produção de sentido, um significado produzido para um objeto. Desta forma, a imagem se constitui em sinônimo de representação (RUIZ, 2003, p. 89).

Neste sentido, para ler o que dizem as imagens de Frida Kahlo (MANGUEL, 2001) ou para entender o que comunicam, é preciso reinterpretá-las.

2.3 FRIDA KAHLO NO ESPELHO

Quantas imagens há na cena: Frida Kahlo está frente ao espelho usado para se auto-retratar, e entre os dois há tela; nela, o retrato de Kahlo. Se uma imagem é algo que se assemelha a outra coisa (JOLY, 1996), podemos pensar que temos aí a possibilidade de falar de várias imagens: a mulher, o reflexo do espelho e a leitura que ela fez dela mesma na tela, o que esta imagem é capaz de comunicar aos espectadores.

A imagem – desenho e pintura – foi a maneira que Frida Kahlo encontrou para *tornar comum*, para *comunicar* (MARTINO, 2001) seu íntimo e seu exterior. Por isto podemos pensar que, na pintura, Kahlo foi quem primeiro se interpretou. Viu-se sócio-historicamente em algum lugar do México ou dos EUA, atribulada pelas dores do corpo e do coração, cercada de mitos e lendas da cultura latino-americana. Ela se analisou e fez das cores formas e símbolos na sua discursividade iconográfica, pintando-se com seus trajes tehuanas, com suas cicatrizes, coletes, colares. A

metodologia parece brotar desta forma simbólica de forma natural no momento que Frida se busca conhecer/interpretar (CATTANI, 1997) e só nos deixa a opção de reinterpretá-la.

Antes deste trabalho, Kettenmann (2001), Cattani (1997), Fuentes (2005), Herrera (1994), Outeiral (2004) foram alguns dos autores que também interpretaram as imagens da pintora mexicana e que, de alguma forma, contribuem para a nossa análise e reinterpretação, na busca de percebermos, para além das formas icônicas, o reflexo de um imaginário. E ainda, além dele, a capacidade de comunicar valores, sentimentos, de contar histórias e expressar sensações variadas, que uma obra pictórica possui. Mas antes, é preciso lembrar que, conforme a metodologia escolhida, a interpretação/reinterpretação das formas simbólicas (THOMPSON, 1995), nossa interpretação/reinterpretação não será definitiva uma vez que, em se falando do imaginário simbólico expresso na obra, Alberto Manguel argumenta que em nossa leitura da imagem:

grande parte deve se furta a nossas narrativas por causa do caráter camaleônico de um quadro e por causa da natureza protéica de um símbolo. A imagem e o significado se refletem numa grande galeria de espelhos pela qual, assim como por corredores cobertos de quadros, decidimos passear, sempre sabendo que não há fim para nossa busca – mesmo se temos um objetivo em mente (MANGUEL, 2001, p. 172).

Nosso passeio começa por percebermos que vários pontos da obra da pintora nos remetem ao espírito modernista da época: o desejo de pintar o novo é um deles. O novo moderno, que nossos autores apresentam como superior ao antigo, é também anseio de mostrar o mundo de uma forma ainda não vista, não comum, ou ainda de uma forma que rompa o tradicional. Neste sentido, o primeiro capítulo mostra os modernistas contemporâneos à Frida Kahlo, pintando formas abstratas: as linhas retas de Mondrian, o cubismo das formas incertas de Picasso, o absurdo dadaísta, enfim, enquanto as tendências começavam a apontar para um futuro expressionista abstrato (STRICKLAND, 1999), Kahlo pinta coisas triviais: rostos, lugares, personagens, casas. É como se ela desejasse *falar* de um universo muito próximo, de coisas do cotidiano real, nu e cru.

De tão reais e ao mesmo tempo fantásticas, estas formas podem ser consideradas surreais, mas, em nossa interpretação/reinterpretação, as imagens de Frida – a exemplo de tudo nela – estão muito mais ligadas à literatura local chamada de realismo mágico, como desenvolvemos na reinterpretação da tela *O veadinho*. Ou seja, é a influência de um imaginário sócio-histórico que age diretamente no objeto, no caso, as imagens pictóricas. Para Ruiz (2004) o caráter de coisa do objeto vai implicar uma intensa produção de sentido, pois ele já carrega sobre si um trabalho significativo; desvendá-lo (no sentido de significá-lo) é nossa tarefa. Assim, em nossa interpretação/reinterpretação, veremos que “Para caracterizar o objeto é preciso destacar do fluir insignificante algumas impressões e impregná-las com um sentido próprio” (RUIZ, 2004, p. 89).

Acerca deste objeto ou forma simbólica, notamos que Frida Kahlo sempre pinta sobre si mesma. Nas obras, mesmo quando não é ela a protagonista da cena, há algo de Frida Kahlo. Isto porque “todo o retrato é, em certo sentido, um autorretrato que reflete o espectador (...) Na alquimia do ato criativo, todo retrato é um espelho” (MANGUEL, 2001, p. 177) e, sendo um espelho, podemos pensá-lo como a forma de representar-se e apresentar-se ao mundo através dele. Uma forma de comunicar. Vejamos isto no *Auto-retrato pintado para o Dr. Eloesser* (1940), na figura apresentada anteriormente.

O quadro é um presente ao seu médico e amigo, Leo Eloesser, como diz a dedicatória na faixa branca na base da tela. Frida não apenas representava-se, mas comunicava formalmente através de “legendas” parte da intencionalidade daquela obra. O hábito de dedicar os quadros aos seus amigos lembra o hábito muito difundido entre os latino-americanos do ex-voto (ROQUE, 1995) e, neste sentido, a imagem de Frida é revestida de uma função simbólica (AUMONT, 1993), uma vez que, dar o seu retrato ao seu benfeitor, é como religar-se ao sagrado através da oferta, da entrega simbólica.

Nesta oferenda ao seu curandeiro, Frida Kahlo dedica-lhe não a coluna, como seria de costume na prática popular, mas o que ela tem melhor, a vida. Percebemos que ela se pinta com flores coloridas nos cabelos, querendo se mostrar bonita, feminina para o médico. Talvez aqui a imagem na obra esteja cumprindo uma

função estética (AUMONT, 2003), ou seja, é um presente para agradecer, mas também para adornar.

A *bela* Frida tem um manto verde sobre os ombros que pode estar relacionado à esperança, já que esta é a cor do renascer (FARINA, 1986). Tema retomado segundo Kettenmann (2001) sobre duas formas: a primeira seria um cenário de que mistura folhagens vivas em meio a outras murchas e galhos secos, representando o renascimento de Frida. E a segunda seria no colar de espinhos, que o autor liga ao simbolismo pré-colombiano de rejeição e renascimento, significando a libertação da dor que o doutor Eleosser proporcionou à Frida.

Mas o caráter votivo desta obra não se encerra aí. Temos ainda o par de mãos: um na orelha de Frida e outro segurando a faixa com a dedicatória. Por ter a forma do corpo curado (no caso, a mão de Kahlo), a ligação com a cultura dos *milagros* mexicanos é mais evidente (KETTENMANN, 2001). Podemos interpretar/reinterpretar ainda a ligação entre as mãos e a cura de outra forma: talvez as mãos não sejam da pintora, mas as do médico que a curou, e por isto, estejam calçando luvas brancas.

No hebraico, a mão é simbolizada pela letra Y, a mesma que inicia o tetragrama YHVH (Javé = Deus). Culturalmente, as mãos estão ligadas ao divino e ao conhecimento (LELOUP, 1998). Observemos que, em diversas terapias, a cura pela imposição das mãos é adotada; e até mesmo em nossos dias é comum usarmos a expressão “se colocar nas mãos de alguém”, quando queremos dizer que estamos confiando em alguém para nos levar a algum resultado, muito comumente, no caso de um médico. Desta forma, interpretamos/reinterpretamos que a imagem pintada por Frida Kahlo demonstra o carinho e a confiança que ela tinha em seu médico, mesmo em momentos de intensa dor, como não nos deixa esquecer, os espinhos que ferem seu pescoço, até mesmo quando ela renasce.

O pescoço para Leloup (1998) é o elo entre a cabeça (o racional) e o coração (o emocional), por isto, deve ser flexível e adaptável, tal como o trânsito entre razão e emoção. O autor lembra ainda que a Bíblia fala de um povo com a nuca rígida, para referir-se a pessoas que são limitadas, de espírito estreito. Nesta

perspectiva, o colar de espinhos que fere o caminho entre a razão e a emoção de Frida Kahlo sugere uma dor que pode estar ligada ao fato do quadro ter sido pintado no período que ela esteve separada de Diego Rivera. É como se a pintora nos contasse que, entre a razão que a mantinha distante do marido infiel e o coração apaixonado por ele, houvesse uma ligação dolorosa, machucada, sangrando.

Dor, sangue, cor. Alguns elementos vão se repetindo nas telas de Frida Kahlo. E, se para Martine Joly (1996), a imagem é uma forma de expressão e comunicação, podemos interpretar que, para Kahlo, expressar sua dor através de um simbolismo próprio era importante. Quando se retrata em corpo de um *Veado Ferido* (1946), (Figura 14), por exemplo, se liga aos mitos latino-americanos e a todo o realismo mágico proposto por esta literatura. Por isto podemos interpretar/reinterpretar que há menos surrealismo aqui, já que, para Frida retratar-se em animal, planta ou outro elemento, era dar vazão há um imaginário coletivo (MAFESOLLI, 1995) que se caracteriza pela ligação mágica (e não sobrenatural ou onírica) entre as coisas: “não um realismo a ser transfigurado pelo ‘suplemento’ de uma perspectiva mágica, mas sim uma realidade que já é, em si mesma e por si mesma, mágica ou fantástica” (JAMESON, 1994, p. 156).

Sem negar esta influência, Kettenman (2001) sugere que esta obra tem relação com a decepcionante má recuperação de Frida após uma de suas inúmeras operações feitas em Nova Iorque. Na possibilidade de múltiplas leituras da imagem (MANGUEL, 2001), também Fuentes (2005) observa que o desenho de um veado é recorrente em sua obra, aparecendo também nas páginas do diário da mexicana. O mesmo autor nos aponta que este animal é tema de mitos pré-colombianos e está associado ao pé direito, extremidade deformada da pintora. Mas a leitura que mais nos aproxima do quadro é a de Frida como um animal ferido, amedrontado e frágil.

As flechas indicam que foi alguém – um ser humano, provavelmente – que propositalmente deferiu-lhe quatro golpes nas costas. Estes ferimentos ao longo das costas do animal podem estar relacionados à dor que ela tem na coluna por conta da série de acidentes de sua vida, incluindo as cirurgias. Se observarmos que as outras quatro flechas estão fixadas nas regiões peitoral e cervical do veado-Kahlo, podemos ainda reinterpretá-las como golpes de traição. Ora, no imaginário popular,

uma das expressões para a traição é ser flechada ou ser atingido pelas costas. Neste sentido, a imagem de Kahlo como um veado (animal frágil, inocente) flechado nas costas (a traição) daria sentido a vários episódios de infidelidade do marido Diego Rivera, que teve um caso até mesmo com Christina, irmã mais moça de Frida.

A floresta remete ao imaginário dos contos infantil, como um lugar sombrio e propício ao desaparecimento, ao medo e à solidão, conforme as sagas dos contos infantis. Frida Kahlo, porém, não se entrega à tristeza absoluta, e pinta-se em movimento, basta olhar as patas do animal – talvez uma fuga. A esperança aparece também como um mar azul claro no fundo da tela. E se “As imagens, assim como as histórias, nos informam” (MANGUEL, 2001, p. 21), o mesmo realismo mágico que faz Frida ser mulher e ser animal, faz tristeza e esperança, faz guerra e fuga, traz inocência e brutalidade. Vemos assim, que as imagens de Frida Kahlo, apesar de serem imagens de arte, não se limitam à única função estética (AUMONT, 1993), pois, em nossa interpretação, são comunicadoras de um imaginário efervescente, e que ao mesmo tempo se esconde e se revela nos símbolos pictóricos.

Estes símbolos nos falam de dor e brutalidade na Figura 21. A tela *A Coluna Partida* (1944), através da imagem Frida Kahlo em seu colete ortopédico, mostrando-se de peito aberto aos espectadores. Tanto por estar de peito nu – mas sem demonstrar qualquer sensualidade, quanto pela surreal abertura que lhe abre o tórax, dá a impressão de que, se não fossem as tiras do colete, ela se abriria em duas metades.

Interessante perceber que Frida Kahlo não mostra sua espinha dorsal pelas costas – como seria de se esperar – mas pela frente do corpo, sugerindo que talvez fosse assim que ela enxergasse a deformidade de sua coluna: pela frente, na lembrança provocada pelo colete.

Explorando o duplo sentido de coluna, a pintora mostra sua coluna vertebral como uma coluna jônica, imponente, mas rachada em várias partes. A coluna rachada pode ter ainda outras associações imaginárias já que tratamos aqui de formas simbólicas. Leloup (1992) retoma a passagem bíblica do *Livro do Êxodo*, quando Deus guiou os hebreus no deserto em meio a colunas de nuvens e de fogo,

para nos mostrar que a coluna pode ser um guia. No senso comum, a retidão e a postura são palavras que podem ser empregadas como figuras lingüísticas para fazer elo entre a conduta de caráter e a postura do corpo. E a postura moral de Frida, como se sabe, não era exatamente uma coluna reta, e assim como sua coluna vertebral, tinham falhas e rachaduras... algumas dolorosas.

O lençol esvoaçante que lhe envolve o corpo é considerado por alguns autores como sendo uma referência à iconografia cristã, que mostra santos e mártires com corpos feridos expostos – lembremos de Cristo crucificado, ou de São Sebastião. Desta forma, novamente Frida Kahlo traz a questão do ex-voto, mas como sua própria significação:

quadros religiosos que utilizava como expressões de crenças essencialmente populares, que não dependiam, pelo seu significado, da Igreja Católica. Assim, podia utilizar livremente o imaginário cristão para seus próprios fins e apresentar-se a ela própria no papel de mártir (KETTENMANN, 2001, p. 67).

Na martirização, notamos pela terceira vez objetos ferindo o corpo de Kahlo. No primeiro quadro interpretado eram espinhos, no segundo flechas e agora pregos, vários pregos lhe cravam o corpo, recorrendo sempre a descrição artística, comentada por Roque (1995). É como se Frida atribuísse toda sua dor a fatores externos, como se o mundo lhe golpeasse. E não apenas os ferimentos físicos do acidente ou a dor da traição de Diego Rivera, mas podemos interpretar/reinterpretar que a situação política e econômica do México, especialmente do povo indígena, com o qual a pintora tinha grande identificação, machucavam Frida Kahlo, pois como demonstrado em nossa análise sócio-histórica, ela sempre teve grande envolvimento com questões sociais e políticas de seu tempo. E isto nos leva a pensar que “Talvez fosse possível transformar até seu corpo maltratado num espelho ou numa metáfora para uma raça maltratada” como interpreta (MANGUEL, 2001, p. 245), quando mostra que a imagem pode ser subversão.

A imagem que, em Manguel (2001), é subversão, em Rahde (2000) é representativa também de outros valores, como dos processos repetitivos instaurados na modernidade, por exemplo, uma das modalidades da produção industrial em série. Neste sentido, “o corpo repetido, mesmo que cambiante,

mutável, gerando dentro da própria repetição a diferença, cria espaços de sacralização, cumprindo um papel que os sistemas simbólicos desempenham dentro das sociedades laicas” (CATTANI, 1997, p. 128). É o que acontece, por exemplo, na obra *As duas Fridas* (1939), apresentada anteriormente na Figura 15.

Repetir sua imagem na mesma obra duas vezes remete a um imaginário repleto de possibilidades, e há muitas interpretações possíveis. Kettenmann (2001), por exemplo, acredita que falam de duas personalidades de Frida Kahlo, e que, tendo sido pintado logo após o divórcio, evoca emoções que permearam a separação e a crise matrimonial.

Quando o autor sugere que “A parte da sua pessoa que foi respeitada e amada por Diego Rivera, a Frida mexicana com vestido tehuana, tem na mão um amuleto com a fotografia do marido quando criança” (KETTENMANN, 2001, p. 52), podemos interpretar/reinterpretar que também Frida preferia esta sua parte mexicana, a que era amada pelo marido, e a que ainda consegue tê-lo ao alcance da mão. Mas é fato de que há uma outra Frida, vestida de rendas brancas, e com roupas européias. Esta última Frida está morrendo. Ela cortou (tesoura) os laços de sangue, e agora sangra. Podemos inferir ainda que Kahlo ame este seu outro lado, caso contrário, os corações não estariam ligados.

E, provavelmente, não seja por acaso que Frida escolheu destacar a imagem do coração para poder comunicar/transmitir o que sentia. No imaginário popular, o coração está relacionado ao amor, assim, a dor no coração, o coração exposto, ou o coração sangrando de Kahlo são uma analogia para seu sofrimento amoroso pela recente separação de Rivera. Ao mesmo tempo, podemos interpretar/reinterpretar que é justamente esta separação matrimonial que matará a Frida européia; vejamos que, se Frida quisesse romper os laços com sua outra metade, ela mesma teria cortado a artéria – cordão umbilical – que une as mulheres. Mas este cordão foi partido de outro lado. E olhando ainda mais atentamente, percebemos que o fio sai justamente do relicário de Diego Rivera criança, passa pelos dois corações e vai acabar partido na outra extremidade. Se Diego Rivera criança (Diego do passado) ainda mantém-se ligado à Frida mexicana, seria então a mulher européia que perdeu Diego? Falaria este quadro de passado e presente?

Talvez não sejam as respostas, mas o surgimento das possibilidades de articulação das perguntas que nos apontem as mensagens cifradas nas obras de Frida Kahlo, que atravessarão o tempo, e serão novamente interpretadas na pós-modernidade, como ferramentas de comunicação. Portanto, a resposta não precisa ser única, já que “O imaginário integra os contrários e os resolve a modo de produção relativa (...) estrutura a pessoa num paradoxo enriquecedor e irresolúvel. Integra nela a potencialidade criadora e o poder objetivante como dimensões coexistentes que modelam o ser do sujeito e configuram a natureza da sociedade” (RUIZ, 2004, p. 101).

Desta forma, podemos articular que não há como falar em comunicação sem falar em imaginário, já que também ela é feita por símbolos comuns. Paradoxalmente, não há imaginário – já que a referência é sempre coletiva como propõe Maffesoli (1995) – sem que haja a comunicação para intercambiar estes símbolos.

Na obra de Kahlo, geralmente os símbolos são de entendimento comum e de fácil significação. Em algumas, porém, a pintora trabalha com signos muito particulares, que tem relação íntima com seu imaginário, e nestes casos, nosso esforço de interpretação/reinterpretação (THOMPSON, 1995) precisa ser mais aguçado. É o caso da tela *Hospital Henry Ford* (Figura 16) pintado em 1932, após um aborto em 04 de julho daquele ano, em Detroit, nos Estados Unidos.

Segundo Outeiral (2004) este quadro é significativo no entendimento da negação de Frida ao surrealismo, porque, apesar de doloroso, ele era sua realidade. O autor transcreve a frase da pintora: “Eu era tomada por surrealista. Isto não é correto. Eu nunca pintei sonhos. O que eu representei era minha realidade” (OUTEIRAL, 2004, p. 48).

Realidade ao menos no sentido do que se passava no íntimo de Kahlo. O fato de representar-se sozinha e nua numa cama de hospital que parece ser grande demais para seu corpo, e flutuar num lugar deserto, aparentemente em um estado de abandono e desolação. As fábricas, no cenário ao fundo, sugerem um lugar industrializado, uma cidade grande, longe de casa.

A barriga ainda inchada denota gravidez, e o sangue sobre os lençóis brancos do hospital nos faz perceber que esta foi interrompida. Leloup (1998) nos conta que, em muitas culturas antigas, por estar no centro do corpo, o ventre é o lugar do equilíbrio. Podemos interpretar/reinterpretar que o ventre inchado de Frida não significa mais equilíbrio, e sim um equilíbrio ferido, machucado.

Frida Kahlo chora. Uma grande lágrima que parece ser proporcional a sua tristeza. Isto, porém, não a deixa com uma aparência feia, ou perturbadora, já que “Ao longo de toda a arte ocidental temos aprendido a olhar esteticamente para a imagem de uma mulher chorando (...) No século XVIII, as lágrimas femininas, outrora um sinal de fraqueza, foram elevadas ao status de um sinal de sensibilidade louvável” (MANGUEL, 2001, p. 214).

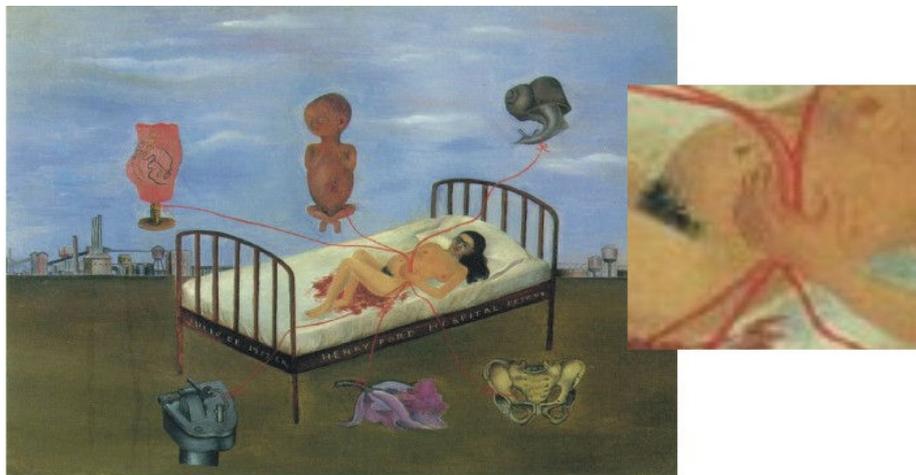
Apesar das lágrimas, a mexicana segura, numa das mãos, três fios vermelhos que têm, em cada uma das seis pontas, um objeto do seu imaginário ligado ao momento. Sobre seu corpo, por exemplo, flutua um modelo anatômico do tronco de um corpo, muito semelhante aos encontrados em consultórios médicos, mostrando, em corte lateral, o interior do corpo humano. Provavelmente, no imaginário da pintora, este seja um corpo perfeito (o modelo) que lhe permitiria ter filhos. Ainda mais se notarmos que, paralelo a esta imagem, estão os ossos da bacia e pélvis, parte frágil e defeituosa do corpo da pintora.

Através dos fios encarnados, Frida ainda parece querer segurar o feto de um menino de cor parda em tamanho desproporcional. Em nossa interpretação/reinterpretação, esta desproporção pode significar tanto a má formação do feto quanto o enorme desejo de ter um filho, simbolizado pela figura de um filho em tamanho grande. Quanto à cor, é provável que o tom pardo esteja relacionado à perda, à morte, já que vamos para uma gama de cores mais sombrias e incertas.

O instrumento metálico que Kettenmann (2001) acredita ser parte de um esterilizador a vapor, é um componente mecânico que serve para selar tanques de gás e de ar comprimido e, em nossa interpretação, conota um desejo de Frida de ter seu corpo, a exemplo deste instrumento, hermético, e assim não perder os bebês. Também podemos inferir que a possibilidade de hermetismo e sua perfeição

anatômica estejam ligadas ao caráter mecanicista da época moderna de Frida, em que se dava muito crédito aos inventivismos, e assim, não seria de se admirar do fato de Frida desejar ser tal maquinismo.

Por último, uma orquídea lilás – presente de Rivera naquela ocasião – aparece murcha. A raridade da flor e a vivacidade espiritual do lilás (FARINA, 1986) estão em segundo plano, pois o destaque é para a aparência murcha que ela tem, como se representasse a beleza de Frida Kahlo, que se esvaía. E, por estarem todos estes elementos ligados, esta obra nos lembra o caráter epistemológico da imagem descrito por Aumont (1993), justamente por que Frida parece fazer um quadro para ser lido e compreendido por todos. No mapa mental que ela traça, fios (de sangue?) nos dão o caminho a seguir, mas as ligações destes fios estão escondidas nas mãos de Kahlo (Figura 23). Desta forma, outra vez Frida Kahlo se comunica com o espectador através de signos comuns, mas consegue também se esconder atrás de um imaginário muito próprio e com relações muito pessoais. Ou seja: podemos imaginar as ligações dos fios e traçar leituras próprias, mas é apenas Frida Kahlo, que segura, em sua mão fechada, o verdadeiro desvendar da obra.



Fonte: www.archive.com.br

Figura 23: Detalhe da mão

A pintura de *Mis abuelos, mis padres e yo* (Figura 24), de 1936, reforça este pensamento. Na tela, Frida Kahlo se pinta como criança e aparece nua, no meio da casa azul. Sua nudez nos fala da pureza e da entrega que ela quer fazer ao espectador. Por outro lado, sua posição conota os valores individualistas modernos, já que é a própria pintora quem está no centro do quadro e quem segura a fita

vermelha, que nos diz como o quadro deve ser lido. Neste sentido, a influência da arte modernista e do pensamento moderno na tela é mais evidente: a linearidade de leitura (a menina, os pais, os avós) não nos deixa dúvidas de que se trata de uma árvore genealógica (a árvore aos pés da menina Kahlo também nos fala de suas raízes), cujas figuras principais estão no centro da tela, e a base desta é a casa. Além disto, Outeiral (2004) acredita que a árvore no centro desta tela tenha a função de esconder a perna defeituosa de Frida criança.



Fonte: www.artchive.com

Figura 24: Detalhes da obra

Conseqüência dos ideais modernos de cientificidade, precisão, e também das novas técnicas, a concepção aparece em diferentes representações; abaixo da imagem da mãe de Frida, por exemplo, ela retratou o encontro entre óvulo e espermatozóide, provavelmente inspirada nas imagens científicas da época. E logo acima deles, um bebê com cordão umbilical aparece sobre o ventre da mãe. Para Kettenmann (2001) este bebê seria Christina, a irmã que foi gerada logo após o nascimento de Frida. Mas outros autores não descartam a possibilidade de todas as concepções se tratarem da própria Frida Kahlo.

Há também linearidade e clara divisão imagística e simbólica na fita vermelha – que, em nossa interpretação/reinterpretação, pode se tratar não de um laço qualquer, mas de laços de sangue, e aí a opção pelo vermelho – que nos leva até os avós e passa direto dos pais. Desta forma, os avós maternos estão ao lado da mãe e, nesta parte do quadro, toda simbologia ligada a eles, como as montanhas mexicanas e mesmo um tipo de cacto “que figura no mito da fundação do atual estado de Mejiçca que se pode ver, como forma simbólica, na bandeira mexicana, e que representa ainda, efetivamente, a planta nacional do México” (KETTENMANN, 2001, p. 07).

Já os avós paternos de Frida estão sobre o mar, numa referência ao fato deles terem nascido do outro lado do oceano, na Alemanha. Além disto, podemos interpretar que o fato dos casais de avós aparecerem na linha das nuvens (céu) talvez retome a posição de onde estão seus entes queridos, ou seja, no céu.

Como a produção de imagens nunca é gratuita, mas seguidora de um imaginário latente (AUMONT, 1993) temos em *O que eu vi na água* (1938) um reflexo deste imaginário cujas referências são tanto individuais quanto coletivas (Figura 18). Individuais e subjetivas, pois trazem um imaginário muito próprio de Kahlo, com fragmentos de diversas obras de sua criação refletidos de forma onírica, quase alucinatória, na água. E também coletivas, se observamos os fragmentos das pinturas de Bosch, por exemplo.

Além disto, a experiência de relatar sonhos em imagens delirantes é caracteristicamente surrealista (STRICKLAND, 1999) e faz alusão ao período da obra de Kahlo. Apesar disto, Kettenmann (2001) acredita que não se trate de surrealismo, pois Kahlo não se desprende completamente da realidade em nenhum deles.

Realista, mágica ou surrealista, em nossa interpretação/reinterpretação, a tela transborda dor. O próprio caráter confuso, de elementos misturados, incompletos, boiando na superfície como vestígios de idéias naufragadas, proporcionam certa agonia. Somado a isto, sangue e cicatrizes, mais uma vez,

marcam a obra e a pele de Kahlo. Vejamos que seu pé esquerdo apresenta uma cicatriz entre o polegar e o dedo médio.

O ralo – próximo ao pé esquerdo – apresenta uma espécie de rachadura (ou seria um ferimento na louça?) que sangra. As duas fileiras de sangue apontam para o pé ferido da pintora. E interessante perceber que Frida trabalha com o reflexo do pé na água, e, no entanto, no ralo refletido não aparecem às fissuras de sangue. Talvez em seu sonho não haja cicatrizes...

Ao mesmo tempo em que se mostra ferida, Frida Kahlo também parece querer esconder sua deformidade. Notemos, pois, que ela carrega muito mais os elementos pictóricos sobre a perna esquerda, de forma que a translucidez da água não permite ao espectador ver sua perna deformada. Ou podemos interpretar/reinterpretar de outra forma, e perceber que talvez estas figuras estejam *pesando* sobre a perna da pintora, e através delas ela nos comunique sua dor. Uma dor que, em seu imaginário, parece ser um vulcão, suicídio, morte, abandono, como nos sugerem as imagens pintadas sobre ela.

Por último, percebemos que, neste auto-retrato, ela não pinta o rosto e o corpo, como em outras ocasiões, mas pinta seus próprios pés. Eles estão, inclusive, caracterizados como seus pela cicatriz e pelo nome do quadro – *Lo que me dió el agua* – que não deixa dúvida de quem fala a tela. Mas porque retratar seus próprios pés? A resposta mais simples seria porque a obra da mexicana é uma descrição de um sonho, a partir do ponto de observação do narrador, neste caso, pintor – ou seja, a própria Frida.

Não contentes com a simplicidade da resposta, já que nossas análises anteriores nos conectaram a diversas instâncias, vemos que Frida Kahlo tem uma forte ligação com os pés. Talvez advinda de seus vários problemas de saúde, todos relacionados à mobilidade, função primordial dos pés. Além da locomoção, os pés estão ligados com outros fatores; a simbologia dos pés nos fala de pés como raízes, como nosso contato com o chão, a terra, o mundo real. Na expressão popular “ter os pés presos ao chão” significa ser uma pessoa centrada, racional, realista. Seria então interessante perceber que os pés de Frida Kahlo não estão presos ao chão,

tampouco ligados a terra, estão ligados a água, e nem poderia ser diferente, já que aqui não falamos de realidade, mas de onirismo e imaginação.

Buscando na Bíblia, na psicanálise e nas culturas étnicas de diversas partes do mundo, Leloup (1998) conta que os mitos como os da Cinderela e de Áquiles estão presentes em diversas culturas e em diferentes tempos, sofrendo algumas variações. Isto porque, mais do que raiz, os pés significam esteio, confiança, prazer, fetichismo, humildade ou poder. E talvez seja por isto que Frida Kahlo os tenha negado certa vez ao anotar em seu diário “pés, para que os quero, se tenho asas para voar”⁷ (FUENTES, 2005, p. 274). Uma anotação que pode tanto mostrar sua frustração com o pé defeituoso, quanto mostrar o desprezo de Frida Kahlo às coisas materiais e reais; e sua forte tendência ao mundo da imaginação, do não real.

Desta forma, acreditamos que as imagens de Frida Kahlo estejam querendo nos comunicar algo presente nos seu inconsciente, e que se traduzem através de símbolos icônicos.

Esta tentativa de conectar o espectador com o seu universo imagístico particular é presente também em *O abraço amoroso entre o Universo, a Terra (México), eu, o Diego e o Señor Xaólotl* (1949) mostrado na Figura 19. Estes símbolos integram-se na conexão da imagem e do mundo, por isto resulta em uma quantidade de leituras que existe em tal imagem (DILTNEY, 1992). Desta forma, quanto mais plural a obra, mas possibilidades de leituras e/ou reinterpretações teremos.

Então, se uma imagem é algo que se refere a outra coisa presente ou ausente (DEBRAY, 1992), podemos inferir que Frida Kahlo usou um vasto repertório de símbolos para representar e para comunicar-se com o mundo através de cor, forma, sentido, etc.

As cores desta obra, por exemplo, não foram usadas para caracterizar os objetos, mas para carregá-los de emoções. Como visto no capítulo anterior, esta é

⁷ Tradução livre da autora de “Pies para qué los quiero si tengo alas pa’volar. 1953”.

uma técnica usada pelos pintores fovistas, que buscavam expressar com as cores, muito mais que a definição dos objetos, uma intensificação de emoções e impressões acerca deles (STRICKLAND, 1999). Manguel (2001, p. 48) complementa dizendo que, apesar de não haver um alfabeto de cores, “nossa tendência para ler, para buscar sinais significantes em todas as criações artísticas transforma as explosões de cores (...) em textos iconográficos à beira da significação”.

Para este mesmo autor, atribuímos às cores uma realidade física e uma simbólica, ambas muito ligadas ao cultural. No caso de Frida, Herrera (1994) e Fuentes (2005) contam que a pintora também usava as cores atribuindo a elas valores subjetivos muito próprios de seu imaginário. Encontramos, em seu diário pessoal, a anotação feita em tantas cores, conforme as citadas, sendo que sempre escritas na cor da qual fala a definição:

[marrom] cor mole, de folha que se vai, terra; [amarelo] loucura, enfermidade, medo. Parte do sol e da alegria; [azul cobalto] eletricidade e pureza. Amor [preto] nada é negro, realmente nada. [magenta] Sangue? Pois, quem sabe? (FUENTES, 2005, p. 211).^{8*}

Baseada nesta interpretação podemos reinterpretar (THOMPSON, 1995) que as cores de *O abraço amoroso...*, simbolizam o duplo, o ambíguo que parece haver no imaginário de Frida Khalo: dia e noite, terra e céu, homem e mulher, profano e divino.

Na parte direita da imagem, por exemplo, uma noite escura e um braço negro, cuja cor talvez seja terra, ou o pardo do povo mexicano, já que a pintora explicita que o México é a terra a qual ela se refere. Isto fica claro também pela vegetação que Frida apresenta na cena, com muitos cactos, planta caracteristicamente mexicana.

Já na parte clara do quadro, as mãos esverdeadas podem transmitir fartura, especialmente se observarmos que há raízes (raízes que brotam da terra) abaixo dos braços que seguram, sustentam a cena. Nesta parte também fica nítido um rosto

⁸ Tradução livre da autora de: [marrom] el color mole, de hoja que se va; tierra; [amarelo] locura, enfermedad, miedo. Parte del sol y de la alegría; [azul cobalto] electricidad y pureza. Amor. [preto] nada es negro, realmente nada. (...) [magenta] Sangre? Pues, Quién sabe!.

inexpressivo, quem sabe do universo – o que explicaria o uso da imagem de planetas (na realidade uma estrela e um satélite – sol e lua) em ambos os lados da tela. Mais uma vez, Kahlo usaria as imagens da ciência moderna para suas obras.

As mãos maiores seguram uma mulher verde. Ela tem traços índios, o peito ferido e o leite escorrendo de um dos seios. Também pode significar a mãe terra (México), ferida por seus filhos, mas ainda querendo alimentá-los. E é ela, a mãe México, quem segura Frida Kahlo. Por outro lado, talvez as feições indígenas se refiram à ama-de-leite que amamentou Kahlo, como visto na análise sócio-histórica anterior.

Frida vestida de tehuana também tem o peito ferido e sangrando, muito semelhante a outra mulher. Isto, em nossa reinterpretação, pode ser uma maneira da pintora comunicar que as dores do México são também as suas dores. Ambas seguram Diego.

Diego Rivera está nu, diminuído, segurando uma labareda na mão. Ele tem um terceiro olho, indicando uma espécie de proteção, reforçado pela figura dos abraços, o que demonstra a adoração e o zelo de Frida com o marido. Além destes elementos anotamos, por último, a existência de um cão. Conforme referido na análise discursiva, este é o cão do casal, chamado Señor Xolotl, o nome de uma entidade da cultura local que guarda as portas do inferno.

O fato de Frida Kahlo batizar seu cão com o nome de tal criatura, somado ao extenso nome desta obra – e o curioso nome de outras – demonstra uma relação imaginária muito particular com estas. No caso das telas, a pintora opta por nomes longos e, às vezes, duas outras opções de nome. Isto nos sugere uma narrativa, e há sim uma intencionalidade de comunicação com o espectador, no momento em que ela lança a proposta de um título e um aceno, esperando que o espectador o decifre.

Mais interessante ainda e também paradoxal: a boa relação que os biógrafos apontam entre Frida Kahlo e os animais – bem como os demais elementos da natureza – ela dá ao cão o nome de uma criatura sombria. E, se recuperarmos

nossa análise sócio-histórica, encontraremos, na juventude de Frida, outro cão, este chamado *Dollor*, do espanhol, dor. Em nomear os animais com tais títulos, Frida estaria transferindo a eles coisas negativas, externalizando as desgraças, já que “Dar nome a algo equivale a reconstruí-lo significativamente naquilo que é de sua natureza” (RUIZ, 2004, p. 73).

Apesar de a dor ser tratada como tema recorrente na obra de Kahlo, as duas últimas obras selecionadas para reinterpretação falam de beleza. E a primeira delas é um retrato do casal, pintado dois anos após o casamento de Diego Rivera e Frida Kahlo, para presentear o colecionador de arte Albert Bender. Interessante perceber que, no filme *Frida* de Julie Tamor (2003), este retrato parece ser a base para representar o casamento de Diego e Frida, inclusive nos trajes. Mas, na biografia da pintora, não encontramos alguma ligação direta entre a imagem e a data do matrimônio. Reconhecemos, porém, que a pose do casal nos lembra as antigas fotografias de casamento. E ainda podemos lembrar da influência do ofício do pai de Frida, o fotógrafo Guillermo, na obra da filha, já que o casal se encontra na cena.

Olhando para a imagem, relembremos Manguel (2001, p. 151) que, em face de um retrato, percebe: “A troca é íntima: o retrato é oferecido à contemplação do espectador como se fosse uma velha foto de família vagamente familiar a que o espectador deve ligar nome, uma história, um parentesco”. E a história montada em nossa reinterpretação parte dos elementos simbólicos escolhidos por Kahlo para representar-se junto ao marido.

Interpretamos/reinterpretamos primeiro que as cores escolhidas para a tela, além de um ambiente realista, lembram à bandeira mexicana. O México é mais evidente em Frida, com sandálias nos pés, manto vermelho, trança nos cabelos, do que em Diego e seu sóbrio terno. Além disto, o manto vermelho escolhido por Frida cobre-a com paixão e amor – já que, segundo Farina (1986), o vermelho estaria ligado a tais sentimentos.

A diferença na estatura do casal novamente passa de um fato real para a interpretação de simbolismos que talvez povoassem o imaginário de Frida, ou que simplesmente acionam relações imagísticas nossas, já que “eu leio [uma imagem] a

partir de minha posição ignorante de espectador comum, inventado para o quadro um vocabulário que pode servir para revelá-lo ou não” (MANGUEL, 2001, p. 169). Desta forma, em nossa interpretação/reinterpretação, a grande estatura de Diego Rivera se deve a como Frida enxergava-o: o pintor, o homem grandioso, sério e respeitável em seu terno escuro. Já a esposa aparece menor, com a cabeça levemente inclinada na direção do marido, há tamanha desproporção entre as figuras em que coloca Frida quase que como filha de Rivera.

Também a diferença de tamanho das cabeças de Diego e Frida nos chama a atenção: a do marido é quase o dobro da mulher. Isto nos remete ao amor incondicional, à admiração e à submissão da pintora pelo marido, descrita por seus biógrafos. Talvez Frida Kahlo se enxergasse muito menor que Diego Rivera, a começar pela sua inferioridade na pintura (vejamos que isto era tão importante para o casal, que Frida representa o marido com paleta e pincéis), já que o artista consagrado era ele, e depois em estatura – Diego era forte, ela aleijada – e por fim, intelectualmente, como representaria a cabeça.

Retomando outra vez a desproporção, lembremos que Rivera era painelista, e Frida Kahlo fazia justamente telas pequenas. E enquanto Rivera expressava as grandes causas humanitárias – trabalhadores, camponeses, etc – Frida pintava o universo particular, cotidiano e intimista que transitava perfeitamente por dentro de sua sala.

Apesar das diferenças, o casal aparece bem comportado na cena imaginada pela pintora, e acima deles, um pássaro traz uma faixa com a dedicatória ao amigo (Figura 25). Além do caráter ex-votivo comentado anteriormente, o escrito da faixa nos demonstra a intenção clara de Frida Kahlo de comunicar a intencionalidade da obra, que vai desde a dedicatória até a precisão que ela traz na fisionomia dos retratados. Desta forma, acreditamos que há intencionalidade comunicativa na obra de Frida.



Fonte: www.artchive.com

Figura 25: O ex-voto

Desde Aristóteles, o rosto era “a sede dos traços humanos mais distintos, assim como a cabeça, sua nobre coroa” (MANGUEL, 2001, p. 119). Este mesmo autor comenta que Da Vinci já acreditava que o rosto humano pode revelar indícios da natureza do homem, como seus vícios e temperamentos. As marcas que separam as bochechas dos lábios, as narinas, as cavidades dos olhos nos revelam se um homem ri freqüentemente, ou seja, se ele é ou não feliz. Talvez por isto Frida Kahlo traga tanto o seu rosto para as obras, numa tentativa de se mostrar ao espectador, de falar para ele sua história. Através de elementos pictóricos, cara a cara, o diálogo torna-se possível, a comunicação visual se estabelece.

Na Figura 22, o auto-retrato *The Frame* (1938) é um exemplo disto. A primeira obra de um artista mexicano do século XX a ser comprada pelo Louvre (KETTENMANN, 2001) mostra uma Frida Kahlo bonita, sem perder a identidade nacional, revelada pelas cores fortes, pelo trançar dos cabelos e pelas flores e pássaros exóticos.

Em nossa interpretação, o que chama atenção nesta tela é que Kahlo aparece quase como uma santa. O fundo azul celeste, o rosto sereno e a

simplicidade dos trajés são os primeiros indícios. Mas o vidro que sobrepõe esta cena, e faz uma moldura de flores e pássaros exóticos, é que dá um ar religioso, pois faz lembrar as capelinhas católicas dedicadas a santos, que tem a mesma proposta, ou seja: o santo tem fundo geralmente azul, protegido por um vidro e uma moldura de flores.

Provavelmente a pintora não quis se mostrar como santa, ou comparar-se a alguma divindade. Mas a influência da iconografia religiosa é evidente. Sobre a cabeça, quatro formas em quatro cores diferentes lembram uma cortina, e nas laterais o sombreado de flores faz uma espécie de renda. Desta forma, partindo de um imaginário cristão/católico, e dos elementos simbólicos da América Central – como os pássaros e as flores – Kahlo se coloca como mito, ainda que sem querer, e entra no Louvre como uma deusa.

E com esta imagem, finalizamos a primeira parte de nossa interpretação/reinterpretação (THOMPSON, 1995) acerca das imagens pictóricas de Frida Kahlo. Lembramos que, sendo uma forma simbólica, compreender o que as obras da pintora mexicana podem nos comunicar é fundamental para o momento posterior, quando elas serão tiradas do contexto, transformadas em imagens midiáticas e trazidas a um ambiente pós-moderno. Pois desta forma, poderemos traçar um comparativo entre o que a imagem enquanto obra-de-arte e a imagem enquanto estratégia de mídia pode nos comunicar.

O que aparece até aqui, acerca das imagens de Frida Kahlo, é que elas nos contam histórias que vão de um imaginário muito próprio da pintora até referências comuns ao nosso imaginário, permitindo assim, múltiplas leituras ou interpretações. Não esquecendo que, apesar de sermos espectadores leigos capazes de decifrar de alguma forma os quadros de Kahlo, talvez não haja a possibilidade desta real leitura, porque “Talvez todas as pinturas sejam, em certo sentido, um enigma; talvez todas as pinturas permitam supor a proposição de uma pergunta relativa ao tema, à lição, ao enredo e ao significado” (MANGUEL, 2001, p. 83), mas para nós, a simples tentativa já é válida, pois nos põe em contato direto com um imaginário rico e com possibilidades de articulação infinitas.

3 A PROSPECÇÃO PÓS-MODERNA DAS IMAGENS DE KAHLO

Os capítulos anteriores apresentaram a imagem como uma ferramenta capaz de comunicar crenças, valores e idéias, e que tem seu desenvolvimento ligado à história da humanidade. No primeiro capítulo, isto aparece sob forma de história; já o segundo capítulo retoma esta idéia sob a forma de análise e interpretações de um determinado conjunto de imagens – a obra da pintora mexicana Frida Kahlo. Concebidas como formas simbólicas (THOMPSON, 1995), estas imagens carregam em si significados evidentes ou latentes que, ao serem percebidos, darão suporte ao objetivo *deste* capítulo, que é analisar e interpretar a prospecção pós-moderna das imagens modernas de Frida Kahlo, percebendo similaridades, diferenças, conceituações da imagem aurática para a imagem midiática, já que, neste segundo momento, as imagens de Frida aparecem sob forma de anúncios, editoriais de moda, etc.

Sendo estas imagens formas simbólicas, sua significação e entendimento dependem, em grande parte, das relações que podemos traçar entre elas e seu ambiente sócio-histórico, sua discursividade, as interpretações e reinterpretações que elas nos remetem. Por isto, reafirmamos a escolha metodológica – o método da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), que nos permitirá, através da tríplice análise, o encadeamento destas questões, bem como a amarração com os capítulos anteriores desta tese.

Assim sendo, convencionou-se dividir este estudo em três momentos: *A pós-modernidade e as imagens de Kahlo*, correspondente à análise sócio-histórica; *Revisitando as imagens de Kahlo*, em que será feita a análise discursiva das imagens midiáticas de Frida Kahlo recuperadas pela mídia; e *Imagens de Kahlo numa prospecção Pós-Moderna*, momento em que propomos a interpretação/reinterpretação, conforme Thompson (1995). Desta forma, a ordem da divisão do capítulo corresponde à tríplice análise da Hermenêutica de Profundidade. Lembremos, ainda, que esta divisão é uma forma de organizar e implantar a metodologia, não excluindo eventuais subdivisões.

3.1 A PÓS-MODERNIDADE E AS IMAGENS DE KAHLO

O primeiro capítulo trouxe a idéia de que a visualidade humana é uma história em desenvolvimento, e que a própria imagem está ligada aos valores de cada época. Por isto, acreditamos que, para uma posterior interpretação/reinterpretação das imagens de Frida Kahlo e sua apropriação pela mídia, precisamos levar em conta o contexto que vivemos, a pós-modernidade, bem como fatores do contemporâneo que vão influenciar a concepção, apropriação e interpretação das imagens. São eles: a cultura de consumo e a questão da identidade. Mas até para falar delas é preciso começar pela definição de pós-moderno. Uma tarefa difícil, visto que este é um conceito amplamente discutido na academia e cuja conceituação ainda não é definitiva.

Começamos então por Jean-François Lyotard (1986) que, na importante obra *O pós-moderno*, o caracteriza como a condição cultural em que o mundo se encontra devido às transformações ocorridas nos campos da arte, da ciência e da literatura no último século. Decretando o fim das meta-narrativas, Lyotard (1986) revela a pós-modernidade como a época dos jogos de linguagem, em que discursos se atravessam, se mesclam, se subdividem, se fragmentam e, nesta dinâmica, o sentido não pode estar em outro lugar que não na continuação, na intersecção, ou seja, “a continuidade só é dada no ‘vestígio’ do fragmento em sua passagem entre a produção e o consumo” (HARVEY, 2002, p. 55).

Harvey (2002) apresenta a pós-modernidade muito mais como uma condição do contemporâneo, resultante da crise dos valores modernos. Por isto, não podemos falar em uma data para seu início, até por que o moderno ainda está muito presente em nossa cotidianidade, mesmo no pós-moderno, que em nada o nega, mas o inclui. E, em se tratando de datas para o início da pós-modernidade, Harvey (2002) faz uma ironia com a impossibilidade de datá-lo, dando dia, hora e local para seu surgimento, dizendo que, para Charles Jencks, teria sido às quinze horas e trinta e dois minutos do dia quinze de julho de 1972, em St. Louis, com a demolição de um prédio do arquiteto modernista Le Corbusier.

Ironias a parte, o pós-modernismo é muito mais uma condição latente, emergente do cotidiano do que um movimento calculado e previsto. Coelho (2001), por exemplo, apresenta uma série de datas e fatos que poderiam ter sido os propulsores desta condição. Citados pelo autor o final da Segunda Guerra, a invenção da TV, a descoberta da penicilina e outros remédios que garantiam cura para doenças antes assustadoras, a reconstrução arquitetural e urbana das cidades, ponto também amplamente comentado por Harvey (2002), são alguns exemplos do novo gerado ou revisado no século XX, que acarretaria numa nova estética, mas mais do que isto, numa nova concepção de mundo. Além disto, Jameson (2004) destaca como característica da pós-modernidade, o fato de que, neste tempo, a natureza se desfez, e a cultura veio a ser a natureza do homem.

Coelho (2001) também relaciona o surgimento do termo “pós-moderno” a outro termo: o “pós-industrial”. Para este autor a sociedade pós-moderna é aquela que vem de um momento pós-industrial, momento este marcado não apenas por um aumento da tecnologia como também por um aumento da qualidade desta tecnologia. Ainda, segundo este autor, podemos relacionar o termo “pós-moderno” ao termo “pós-história”, pois, observa ele, há uma série de fatores históricos que marcam o início deste período, tal como o “assentamento do imperialismo e conseqüentemente o declínio do Estado nacional, superado por um processo de interação internacional” (COELHO, 2001, p. 56).

Analisando sócio-historicamente (THOMPSON, 1995), traçamos uma ponte com o pensamento de Harvey (2002). Vemos que este processo de internacionalidade está muito ligado à perda da noção das fronteiras nítidas, destacadas pelo autor, quando este revisa o tempo e o espaço contemporâneos. Para este autor, a tecnologia nas comunicações e no transporte aboliu as fronteiras do mundo e imediatizaram os processos. No mesmo sentido, Virílio (2001) concluiu que a velocidade absoluta substitui o tempo e o espaço constante, e complementa: “em matéria de temporalidade, o tempo não é inteiro, mas indefinidamente fracionado em tantos instantes e instantaneidades quanto permitem as técnicas de comunicação e telecomunicação” (VIRÍLIO, 2001, p. 114).

Como consequência disto, os sujeitos perdem sua noção de fronteira, pois, por terem acesso a tantos produtos de tantos lugares, a tantas culturas e a tantas informações diferentes da sua, tornam-se verdadeiros “cidadãos do mundo”. Consequência, em parte, das constantes evoluções tecnológicas – das quais hoje somos dependentes – esta nova maneira de ver/perceber o espaço e o tempo pode ser constatada desde os espaços urbanos, onde construções históricas ladeiam prédios de alta tecnologia e *design* futurista, ou na arquitetura caótica dos *shoppings centers*, e até mesmo nas reproduções de ambientes, como o exemplo explorado por Jameson (2004), o *Epcot Center* nos parques Disney (EUA), em que é possível caminhar entre os países e os continentes a pé.

Tempo e espaço se aceleram pela tecnologia do e-mail, nosso novo correio que entrega a correspondência do outro lado do mundo quase que instantaneamente. E também nos meios de transporte cada vez mais rápidos, capazes de transformar as rotinas com suas velocidades ascendentes, uma vez que permitem trânsitos antes impossíveis, em tempos relativamente curtos. Mas a instantaneidade parece ser viral: em termos de consumo ela se espalhou para quase tudo, de uma maneira ironicamente rápida. Tão rápida que nem nos damos conta do quanto somos afetados por ela: café expresso, logística para serviços de entrega, as comidas rápidas, pré-prontas, o microonda capaz de descongelar e esquentar em minutos, o secador de cabelo, a cola instantânea, a discagem automática, a internet banda larga, os descartáveis, enfim, todas as praticidades de uma tecnologia da velocidade que modifica a rotina; uma questão que nos leva diretamente à identidade discutida posteriormente. E alguns autores ainda comentarão nosso trânsito pelo mundo através do consumo: acorda-se no Brasil e assiste-se pela TV a cabo o telejornal de Londres, o café é da América Central, o leite em pó é de uma empresa Suíça e a porcelana da China. Passa-se nas mãos um creme francês e a escova de dentes é norte-americana. O casaco é de lã uruguaia e a calça jeans de uma grife italiana, mas que é produzida na Malásia. Em outras palavras podemos dizer que “a globalização é um novo regime de produção de espaço e tempo”⁹ (CANCLINI, 2000, p. 47).

⁹ Tradução livre da autora: “la globalización es un nuevo régimen de producción del espacio y el tiempo”.

Lembrando que, para Thompson (1995), a análise sócio-histórica tem o objetivo de reconstruir as condições sociais e históricas da produção, da circulação e da recepção das formas simbólicas, exploramos mais a idéia de espaço e tempo com Canclini (2000) que revisa este momento de acentuado trânsito de idéias, capitais e pessoas, chamado globalização. Ele reafirma os ingredientes deste processo como os mesmos destacados por Harvey (2002), ou seja, a abertura da economia de mercado ao capital estrangeiro, a livre circulação de capitais, produtos, pessoas e idéias, entre outros. Este processo, porém, tem conseqüências sobre os imaginários e as identidades dos sujeitos, como discutiremos mais adiante. É preciso atentar para a globalização enquanto modificadora da cultura, trazendo e levando idéias, valores, hábitos, intercambiando imaginários coletivos e individuais. Isto que Canclini (2000) vai chamar de interculturalidade, ou seja, a ação de trazer e levar valores culturais de um lugar ao outro, enquanto os indivíduos migram entre lugares e culturas, como veremos acontecer com as imagens de Kahlo.

Nesta mistura de pluralidade e velocidade, emerge a questão do efêmero, já que “a velocidade absoluta sucede ao tempo, assim como ao espaço constante. A instantaneidade substituem as durações longas, os séculos dos séculos. A noite dos tempos cede lugar ao nascer do dia do instante presente” (VIRÍLIO, 2001, p. 114). Isto faz com que os sujeitos pós-modernos tenham uma identidade fragmentada, resultado de um imaginário em formação, por uma grande quantidade de informações, de uma percepção de mundo infinita, sempre em construção.

Conseqüência também de uma estética nova, que elegeu o ecletismo como estilo e a decomposição como palavra de ordem, segundo Coelho (2001) de acordo com outros autores de nossa revisão bibliográfica. Encontramos esta caracterização na imagem pós-moderna, e especialmente no esquema de Hassan, sintetizado e comentado por Harvey (2002), que destaca a estética atual como algo resultante de obras abertas, ao acaso, mutantes, ao contrário do dogmático código mestre do modernismo. Jameson (2004), Harvey (2002) e Coelho (2001) trazem exemplos da arquitetura, da literatura, da arte e do colóquio pós-modernista em que localizamos a dispersão, a antiforma, a busca da diferença, a polimorfia – e que podemos interpretar posteriormente em nossas imagens – num tempo em que a aceitação e a participação no processo parecem ser o que tem maior importância. Isto porque

parece ser consenso entre nossos autores não existir mais – ainda que idealmente – uma distinção entre a arte da elite e a arte popular, como proposto pelos movimentos de Arte Pop. Mas podemos dizer melhor: a arte popular e a arte erudita se mesclam no pós-moderno, ou seja, temos uma cultura híbrida.

Para Roque (1995) Frida Kahlo e seus ex-votos são imagens que já nasceram entre o erudito e o popular, desta forma, podemos entendê-las como híbridos culturais. Se voltarmos aos capítulos anteriores, perceberemos que as imagens de Frida Kahlo sofrem influências de diferentes estilos artísticos, como o surrealismo (HERRERA, 1994), o expressionismo figurativo (STRICKLAND, 1999), além de outros que nós mesmos poderíamos interpretar como a fragmentação cubista, o colorido fovista, a rudimentaridade do estilo *naif*. Neste sentido, poderíamos inferir que as imagens produzidas pela artista plástica transparecem, em sua essência, o hibridismo eclético do pós-moderno, isto porque Frida era uma mulher de uma cultura à frente de seu tempo.

Pensando esta Cultura Híbrida, Canclini (2000) escreve que antes tínhamos o conceito de cultura sempre vinculado a determinado grupo, ou à determinada região (espaço geográfico). Até hoje, no senso comum, nos referimos a práticas culturais vinculadas ao espaço geográfico: a cultura gaúcha, a cultura dos portugueses... Mas como fica esta cultura quando os grupos sociais estão cada vez mais articulados com a migração de pessoas, com as fronteiras quase abolidas?

Quando a cultura não tem mais um espaço geográfico de referência, entramos na segunda característica que garante a hibridade de nossa cultura, a desterritorialização. Canclini fala da perda da relação natural da cultura com o território e ao mesmo tempo da realocação territorial "relativas, parciais, das velhas e novas produções simbólicas"¹⁰ (CANCLINI, 1992, p. 288). Como já esclarecemos, as bases da desterritorialização são as migrações e os fluxos de pessoas e informações, de empresas, etc.

¹⁰ Tradução livre da autora: "relativas, parciales, de las viejas y nuevas producciones simbólicas".

Agora, o autor mostra que, junto com a grande circulação de pessoas e valores, se forma uma nova produção simbólica unilateral. Estas pessoas não fazem apenas um intermédio de objetos, histórias e línguas: elas incorporam hábitos, valores dos novos lugares que chegam, e, paralelamente, fazem conhecer produtos de sua cultura, que são aceitos não só por curiosidade e estranhamento, mas por serem realmente bons. Desta feita podemos pensar que, se temos sempre a necessidade de re-significar os objetos (RUIZ, 2004), os imaginários pós-modernos estão sempre em construção a partir de uma mistura (híbrida) de idéias.

Então estamos mostrando que a cultura da pós-modernidade – espaço temporal onde se inserem as imagens de Kahlo na mídia – é uma cultura híbrida em muitos pontos: mistura costumes e etnias, mistura o local e o global, o velho e o novo, o popular e o erudito, mídia e arte, enfim, percebemos que esta hibridação gera outras, sucessiva e infinitamente.

Por outro lado, se seguimos as idéias de simulacro de Baudrillard ao longo de toda sua obra, percebemos este híbrido pós-moderno como a única saída para uma cultura em que nada mais se cria, em que tudo parece já existir, e as coisas não passam de simulacros, neste sentido, a volta das imagens de Kahlo é um exemplo evidente. É como se, nesta cultura, nada surgisse de original, por isto há a re-apropriação do passado, a releitura, o pastiche, a anarquia, a colagem, a montagem, conforme quadros de Rahde (2000), apoiados nos estudos de Harvey (2002).

Quando pensamos em colagem, em montagem, em híbrido, retornamos à idéia de fragmentação de Lyotard, do sentido que está em “processo” – outra característica pós-moderna destacada por Harvey (2002) – ou melhor dizendo, de um sentido que se dá conforme a leitura de cada sujeito, e, como vimos, os sujeitos pós-modernos têm uma cultura globalizada, permitindo leituras múltiplas.

E por fim, resgatamos um importante ponto da análise sócio-histórica do contexto onde as imagens de Frida Kahlo estão inseridas hoje, que é a questão da importância das imagens na constituição do sujeito e, portanto, da sociedade pós-moderna, como propõe Maffesoli (2001, p. 53): “Imagem publicitária, imagem

televisual, imagem virtual. Nada lhe escapa. ‘Imagem de marca’ intelectual, religiosa, política, industrial, etc. Tudo deve ser visto e apresentar-se em espetáculo”.

Para este autor, na pós-modernidade, há um re-encantamento do mundo via imagem e imaginário, passando pelo simbólico e pelo onírico em favor de um vínculo social, já que, segundo esta premissa, a imagem é o que faz o vínculo. Numa ponte com Ruiz (2004), poderíamos inferir que a imagem – seja ela qual for – é vínculo social no momento que une os sujeitos através da simbologia, da re-significação ou até mesmo da busca de interpretação, de transformação.

Neste círculo de transformações e ocorrências – ou como pretendem os autores do pensamento pós-moderno – nesta espiral a que nos remetem as idéias pós-modernas, temos um conceito ainda não totalmente fechado, definitivo. Mas um ponto certo a ser levado em consideração é a relação que há na cultura da sociedade pós-moderna e o consumo, tanto que se convencionou chamá-la de Sociedade de Consumo (BAUDRILLARD, 1981).

É bem verdade que o fenômeno da cultura de consumo remonta suas origens à modernidade, mas sua grande influência sobre o contemporâneo nos sugere que criemos aqui este subitem para melhor contextualização. Isto por que tudo hoje passa pelo viés do consumo, inclusive a cultura. O consumo é o modo de vida dos sujeitos contemporâneos, segundo nossas referências, e é por isto que, dentro da contemporaneidade sócio-histórica de nosso objeto, ele merece o destaque de um subcapítulo.

3.1.1 Um contexto sócio-histórico de consumo.

Para Thompson (1995, p. 368) “A produção, circulação e recepção das formas simbólicas são processos que acontecem dentro de contextos ou campos historicamente específicos e socialmente estruturados”, isto porque depende de recursos e regras comuns ao produtor e ao receptor da mensagem. Por isto é preciso compreender dentro de nossa análise sócio-histórica que a volta às obras de

Kahlo na pós-modernidade não se dá tanto no campo da arte, mas muito mais no campo da mídia.

As imagens que analisaremos e interpretaremos neste capítulo são apropriações da vida e obra da pintora feitas por jornais, revistas, catálogos de moda. A intenção destes, como veremos, não é outra que se não o consumo: levar – através da imagem e do imaginário de Frida Kahlo – ao consumo de roupas, acessórios, bijuterias, calçados, cabelos, idéias, estilo, cartela de cores. Como que o que era arte se transforma em objeto de consumo? Através de uma série de práticas culturais. E é por isto que, para analisar e interpretar (THOMPSON, 1995) as imagens pós-modernas de Kahlo, precisamos antes entender o consumo como um fenômeno cultural da sociedade contemporânea.

Como comentamos anteriormente, as raízes desta cultura estão na modernidade, mais precisamente na Revolução Industrial de 1822, percebida como um momento de grandes transformações no cotidiano dos sujeitos. Baudrillard (1981) e Kumar (1997) são alguns dos autores que descrevem as mudanças deste momento social dizendo que, com o advento da máquina, o que antes era produzido artesanalmente para determinado uso e fim, passa a ser produzido em massa, gerando excedente e, portanto, devendo ser também consumido em massa.

Mas como fazer com que sujeitos que tinham determinada visão de produção em consumo adquirissem cada vez mais produtos, garantindo assim a manutenção da sociedade industrial? Foi preciso que em algum momento se criasse no imaginário destes sujeitos a necessidade de consumir, e consumir não apenas para ter, mas para estocar, para renovar, pois “não existem limites para as “necessidades” do homem enquanto ser social” (BAUDRILLARD, 1981, p. 71). Nesta hora entra a ajuda da comunicação, muito especialmente da publicidade, que lança mão de diversas estratégias para a manutenção do ciclo de produção e consumo (LIPOVETSKY, 1989). E é na pós-modernidade que vamos perceber a cultura de consumo, pois “o pós-modernismo é o consumo da própria produção de mercadorias como processo” (JAMESON, 2004, p. 14).

Assim que, com a movimentação da roda-viva do consumo, este alcançou diversos níveis do cotidiano dos sujeitos, refletindo-se até na arte, no imaginário e na cultura, de modo que está última aceite seu nome: cultura de consumo. Complementamos com a idéia de Featherstone (1995) que propõe a cultura de consumo com três perspectivas pelas quais passaremos ao longo deste estudo: 1) a cultura de consumo tem como premissa a expansão econômica que deu origem à acumulação de bens; 2) as pessoas usam os bens e objetos de forma a criar vínculos e estabelecer relações sociais e 3) os prazeres emocionais do consumo.

A idéia de novidade é o que vai garantir o ciclo do consumo e produção, por isto, a sociedade acredita no novo como naturalmente superior ao antigo (LIPOVETSKY, 1989). Tal afirmação parece-nos à primeira vista ligada à concepção moderna de novo, o novo pelo novo. Fazendo, porém, a ponte entre os pensamentos de Baudrillard (1981) e Lipovetsky (1989), vemos que a garantia do estabelecimento do novo está na obsolescência programada dos produtos, e nada mais pós-moderno do que a efemeridade gerada nesta obsolescência, nesta inconstância (HARVEY, 2002). Em outras palavras, poderíamos dizer que as infinitas coleções e modelos de produtos muito similares fazem alusão tanto ao novo quanto à obsolescência. Não importam quantos deles um consumidor adquira, sempre terá um novo modelo – teoricamente melhor, por ser mais recente – que ele deseje, e isto sem dúvida se encaixa no modismo Frida Kahlo.

Isto acontece porque, em tese, a chegada de um produto novo faz o anterior ser descartado. Empiricamente sabemos que isto não acontece com todos os produtos. Uma explicação para o “não descarte” destes estaria no fato de que alguns bens hoje se oferecem em forma de coleção. Isto é o que Baudrillard (1981) chama do oferecimento de produtos e serviços em profusão e coleção. Este autor comenta o amontoamento de produtos como uma promessa de prodigalidade e de inesgotabilidade dos bens. As prateleiras repletas de caixas, latas ou outras formas de embalagens são, paradoxalmente, uma promessa de abundância e uma ameaça de finitude: se há tantos produtos, é porque existe tanta gente precisando deles, *precisamos* comprá-los e estocá-los antes que falem.

O verbo *precisar* aqui recebe grifo, porque é a ponte que nos liga à próxima característica da cultura de consumo apontada por Baudrillard (1992) que é a coleção. Segundo este autor, hoje os produtos se oferecem em forma de coleção, fazendo com que o consumidor sinta a necessidade de sempre comprar algo a mais. O autor dá o exemplo dos eletrodomésticos da cozinha, mas podemos transferi-lo através de um exemplo simplista para a moda, onde de nada adianta ter uma saia à moda Kahlo, sem os colares para combinar. Vejamos que isto “já não se refere a tal objeto na sua utilidade específica, mas ao conjunto de objetos em sua significação total (...) descobre-se que os objetos jamais se oferecem ao consumo na desordem absoluta” (BAUDRILLARD, 1992, p. 17). Quando falamos em significação total, percebemos claramente o papel da coleção, em que cada peça só tem sentido na inter-relação com as demais.

O valor de signo dos objetos parece ser a questão fundamental para o entendimento das práticas da cultura de consumo. Se lembrarmos que nesta sociedade é preciso criar necessidades de se consumir a grande quantidade de produtos que ela oferece, fica fácil entendermos que nela estes produtos precisam ser consumidos não apenas pelo seu valor de uso – o que limitaria o consumo – mas também pelo seu valor de signo (BAUDRILLARD, 1992):

Fora do campo da sua função objectiva, em que é insubstituível, e no exterior da sua área de denotação, o objecto torna-se substituível de modo mais ou menos ilimitado no campo das conotações, onde assume um valor de signo (BAUDRILLARD, 1992, p. 86).

Ele complementa:

O campo do consumo é o que se nomeou em último lugar. No seu interior todas as espécies de objetos podem substituir-se à (...) como elemento significativo. Tanto na lógica dos signos como na dos símbolos, os objectos deixam de estar ligados a uma função ou necessidade *definida*, precisamente porque correspondem à outra coisa, quer ela seja a lógica social quer a lógica do desejo, às quais servem de campo móvel, inconsciente de significação (BAUDRILLARD, 1992, p. 86).

Desta forma vemos que, sócio e historicamente, os objetos que consumimos e até mesmo o próprio ato de consumir, fazem parte do processo de significação imaginária de que fala Ruiz (2004). Consumir também é uma forma da tentativa de sutura, do religar-se ao mundo, como comentamos em capítulo anterior. E num

ambiente pós-moderno marcado pela efemeridade (Harvey, 2002), Canclini (1995, p.83) acrescenta que: “Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora”, já que, neste mundo em constante transformação, consumir pode significar uma tentativa de apropriar-se – mais do que de bens – de alguns valores implícitos nestes produtos.

É por isto que para Lipovetsky (1989): “jamais se consome um objeto por ele mesmo ou por seu valor de uso, mas em razão de seu ‘valor de troca signo” (LIPOVETSKY, 1997, p. 171). Nossos autores de referência dão pistas de alguns destes signos implícitos no objeto: status, prestígio, poder, posição social, diferenciação/pertencimento são alguns deles. Por serem subjetivos, estes significados (ou significações) nos remetem ao segundo ponto proposto à discussão: os colecionáveis e as raridades.

Featherstone (1995) pensa numa lógica do consumo; ela apontaria para a maneira com que os sujeitos usam os bens para demarcar suas relações sociais, no sentido de pertencer – ou não – a determinados grupos. Atentemos ao fato da multiplicação acelerada de produtos e serviços que estão, teoricamente, ao alcance de qualquer um. Então, para se diferenciar de determinado grupo, ou para se igualar a outro grupo, o sujeito precisa adquirir certo objeto. Mas mais do que isto, o sujeito necessita se sobressair, e é aí que entra a raridade, que traz com ela a personalização dos produtos, geralmente como um colecionável.

Se pensarmos na história da humanidade, a procura do sujeito por objetos únicos, raros como uma maneira de se sobressair não é algo novo, mas é amplamente explorada por um mercado que descobriu, nas coleções e edições limitadas, um investimento lucrativo; percebemos isto com clareza na moda, aqui revista pela ligação direta que tem com nossas imagens, que são imagens de moda feminina.

A raridade tem um poder tão grande que, quando a indústria, por algum motivo, não toma a frente do estímulo à coleção, ou quando a raridade se trata de uma peça antiga, um mercado paralelo se encarrega disto. Assim, encontramos uma série de sites de trocas, leilões e raridades de todos os tipos, além, é claro, dos

antiquários – um tipo de comércio que vem adquirindo força e status ao longo do tempo, pois oferece produtos quase que exclusivos que, pela procedência, tornam-se relíquias, adquirem personalidade.

Mas que personalidade conferir a um produto em tempo de cultura de massa e, paralelamente, identidades múltiplas e fragmentadas? Embora nossa pretensão seja trabalhar a questão da identidade contemporânea em capítulo posterior, cabe-nos agora explicar que, por ter valor de signo, os produtos servem de âncoras no imaginário e na construção da identidade dos sujeitos pós-modernos.

Featherstone (1995) propõe que os sujeitos usem os objetos para demarcar relações sociais, isto porque “consomem símbolos mais do que produto. Ou consomem-se produtos porque se precisa dos valores que eles simbolizam” (FERRÉS, 1998, p. 206). Assim, conclui-se como Ferrés (1998) que, ao se conferir personalidade ao produto, se faz com que o consumidor adquira personalidade através dele. Um exemplo bastante pertinente a este estudo seria a questão dos produtos que levam o nome de artistas famosos: carros *Tsara Picasso*, perfume *Tarsila* em homenagem à pintora Tarsila do Amaral (O Boticário), louças com estamperia Romero Brito. Neste caso, a credibilidade, fascínio, admiração ou status do artista passaria ao produto numa transferência direta. Com Frida Kahlo não será diferente, como proporemos em nossa interpretação/reinterpretação.

Por outro lado, esta variedade proporcionada pela indústria de massa permite diversas escolhas e, em tal ambiente, fica fácil encontrar produtos sob medida ao gosto de qualquer um. Inferimos então, que personalização hoje é muito mais consequência da variedade do que estratégia voltada ao desejo individual dos sujeitos. Não desconsideramos, porém, que a tecnologia industrial permita que se lancem produtos cada vez mais próximos dos anseios dos consumidores e de forma cada vez mais rápida.

Nas palavras de Baudrillard (1981) tal sociedade é caracterizada justamente por esta universalidade do *fait-divers*; esta expressão de origem francesa pode ser encontrada na obra de diversos pensadores do contemporâneo para designar os acontecimentos variados do dia-a-dia que passam de trivialidade à notícia, na

simples veiculação e absorção da comunicação de massa. Isto quer dizer que “toda a informação política, histórica e cultural é acolhida sobre a mesma forma” (BAUDRILLARD, 1981, p. 26). Reinterpretando esta afirmação, poderíamos supor que todo o acontecimento político, histórico ou cultural é capaz de ser refletido em produtos. O trânsito entre o fato histórico, a notícia e a prateleira parece ser cada vez maior. Ilustremos nossa afirmação com a recente comemoração do centenário do poeta gaúcho Mário Quintana (1906-1994), quando o setor artístico e cultural e a mídia pareciam estar unidos na produção de reportagens, reconstrução de histórias, programas, eventos comemorativos, peças – que são também produtos de consumo – além do mercado que reedita a obra do poeta em coleções variadas.

Menos na cultura e mais no mercado, os filmes, como foi o caso de *Frida* (TAYMOR, 2003), recheiam as vitrines de produtos que têm alguma relação com seu roteiro, estimulando o imaginário dos consumidores. Se for um filme infantil então, a variedade de produtos advindos da história parece ser infinita: brinquedos, roupas, chaveiros, comidas, brindes, cartazes, material escolar, etc.

Estes exemplos agregados à teoria estudada nos permitem algumas considerações sobre o ambiente sócio-histórico contemporâneo, e que – veremos posteriormente – tem relação direta com nossa forma simbólica, as imagens de Frida Kahlo. Se Thompson (1995) propõe que as formas não podem ser vistas fora de seu contexto social e histórico, duas instituições, sua infra-estrutura, antes de seguir as análises, é preciso antes anotar que, na pós-modernidade, as coisas parecem ser norteadas por um hibridismo advindo da mescla e culturas, tempos e espaços. O reconhecimento deste híbrido é de fundamental importância para o que segue, pois, através dele, se desvendam (ou se tramam) boa parte das inferências que faremos a seguir. E é neste contexto de hibridismo, ecletismo, consumo e indefinições que as imagens de Frida Kahlo voltam: agora são imagens usadas e reinterpretadas pela mídia que vão estar a serviço da venda.

Por fim, analisando sócio-historicamente (THOMPSON, 1995) o ambiente em que está inserida nossa forma simbólica, podemos concluir que vivemos num contexto pós-moderno, cujas características principais são o hibridismo, o ecletismo, a fragmentação, a aceleração do tempo, a abolição do espaço, a cultura e o

consumo misturados, entre outros. Estas características têm influência direta sobre os campos de interação da forma simbólica (THOMPSON, 1995) e das interferências que poderemos nos deter no momento da interpretação/reinterpretação.

Vimos também que há de se considerar a cultura de consumo como um fator muito importante a ser percebido, já que, no contemporâneo, as imagens de Frida Kahlo voltam justamente na forma de editoriais de moda, catálogos de produtos, reportagens de jornal, ou seja, são imagens a serviço da sedução, da persuasão ao consumo de bens, serviços, idéias, estilos. Por tudo isto, consideramos de suma importância, como prevê a Hermenêutica de Profundidade, a análise feita até aqui, pois as formas simbólicas não são estruturas isoladas, e o entendimento destas depende diretamente da inter-relação das análises.

3.2 REVISITANDO AS IMAGENS DE KAHLO

Nossa análise sócio-histórica mostrou que as imagens de Frida Kahlo na pós-modernidade não falam mais de arte, mas de consumo. Isto porque é o que solicita as novas configurações da sociedade, na qual “os meios de comunicação e cultura de massa não se opõem, nem podem ser reduzidos um ao outro, ao contrário, eles exigem uma relação de reciprocidade e complementação” (MARTINO, 2001, p. 31).

Mas até aqui muito se contextualizou o ambiente destas imagens e pouco se falou delas. Por isto, este subcapítulo pretende mostrar e descrever estas imagens através de uma análise discursiva (THOMPSON, 1995) das imagens pós-modernas de Frida Kahlo, ou seja, de suas imagens não mais auráticas, mas mediatizadas.

Nesta análise o recorte se concentrará em imagens fixas (MOLES, 1976) da mídia, no período de janeiro a agosto de 2003, conforme descrito na metodologia do trabalho. Reconhecemos, porém, que o interesse pelo que passou a ser chamado de *moda Frida Kahlo* foi disparado pelo filme *Frida* da diretora norte-americana Julie Taymor (2003), por isto, optamos por analisar também a maneira como o filme

retratou Frida Kahlo. Mas esta análise será feita através de imagens fixas, veiculadas na mídia impressa e em sites de internet. Pelo formato de entrega da pesquisa, acreditamos que esta é uma solução adequada uma vez que, mesmo se tratando de imagens em movimento, teríamos que, em algum momento, recorrer à fixação das cenas. E, por outro lado, ao privilegiar as imagens do filme na mídia, temos aí imagens geradas para divulgação, ou seja, reforçando o caráter comercial. Além disto, é especialmente por que, através dela, conseguimos analisar e interpretar a imagem pós-moderna de Frida, como propõe esta pesquisa.

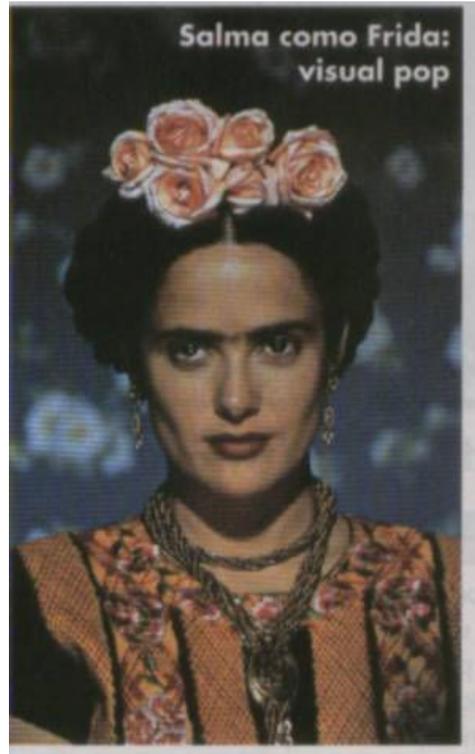
Começamos então pela análise discursiva das imagens de Frida Kahlo numa peça gráfica de evidente inspiração na mídia eletrônica, o cartaz de cinema. O cartaz do filme *Frida* (TAYMOR, 2003) é um pastiche declarado da obra *As duas Fridas* (1939), mostrada anteriormente. Como mostra a Figura 26, o cartaz apresenta uma moldura vermelho escuro em toda sua volta, para dar a idéia de um quadro. Para manter a identidade com a obra da pintora, o fundo nebuloso foi mantido, assim como o banco onde as Fridas estão sentadas. Reparemos que a posição das mulheres é a mesma nas duas imagens – levemente de frente uma para a outra. Na obra de Frida Kahlo, seu auto-retrato lhe mostra como duas: uma índia e uma européia. Na apropriação para o filme, Salma Hayek posa também como as duas Fridas, mas vai usar a bissexualidade assumida da pintora para diferenciar as duas Fridas. Mesmo com esta diferença, notemos que a Frida mexicana se mantém no mesmo lado nas duas telas, e a Frida européia – agora simbolizada pela sobriedade de um terno – também.



Fonte: www.artchive.com e www.adorocinema.com.br

Figura 26: A obra e o cartaz de cinema

Já na revista *Set* (2003), especializada em cinema, a foto em *close*, mostra a atriz Salma Hayek caracterizada como Frida em uma fotografia da pintora (Figura 27), a protagonista do filme. Os cabelos em tranças presas no alto da cabeça, arrematados por flores somadas aos colares e acessórios, além do vestido com excesso de gregas coloridas remetem imagem da pintora mexicana. A caracterização vai além: a pele quase parda e as sobrancelhas unidas por maquiagem deixam à atriz realmente parecida com a personagem. Na legenda sobre a foto lê-se: “Salma como Frida: visual pop”, numa legenda que combina com a crítica feroz da revista ao filme.



Fonte: Revista SET, 2003, p. 53.

Figura 27: Frida Kahlo em foto de arquivo e Salma Hayek em foto de divulgação

A mesma fotografia será explorada pelo jornal Zero Hora (04/04/2003) na capa do seu Segundo Caderno – Fim de Semana. Na proposta de divulgar e comentar o filme lançado na capital naquela sexta-feira, o jornal coloca a foto de divulgação de Salma Hayek ao lado de uma reprodução da tela *Auto-retrato pintado para o Dr. Eloesser*, de 1940 (Figura 28), ocupando quase a metade da página. O que nos remete ao *fait-divers* (BAUDRILLARD, 1981) característico da sociedade pós-moderna, em que acontecimentos cotidianos passam de trivialidade à notícia pela simples veiculação e absorção da comunicação de massa. Em nossa análise discursiva, este é apenas um exemplo de como o filme foi usado para dar suporte a diversas veiculações. No jornal Zero Hora de 07/03/2003, na página 15, a psiquiatra Nora Thormann usa Frida como mote para sua coluna na editoria de Opinião. E a psicanalista Diana Corso intitula “Frida Kahlo é pop” em um box na página 07 do Segundo Caderno de 30/04/2003. Antes delas, em 28/03/2003, uma nota ilustrada por Salma Hayek, em seu personagem, anunciava a estréia do filme na capital gaúcha. Além disto, a contracapa do Caderno Casa do mesmo jornal exhibe, em 22/04/2003, uma proposta de decoração inspirada nas cores e tradições do país de

Frida Kahlo, como diz o *lead* da matéria. Ou seja, Frida Kahlo serve de inspiração para diversas áreas.



Fonte: Jornal Zero Hora 04/04/2003

Figura 28: Salma Hayek e Frida Kahlo

Também o jornal gaúcho *Correio do Povo* destaca, em seu caderno de variedades, o *Vitrine*, em 05/04/2003, duas notícias sobre Frida. Na página 05, a estréia do filme é ilustrada tanto por uma imagem de Salma Hayek como por um dos inúmeros auto-retratos de Frida. Curiosamente o mesmo que aparece na página 07, em que o jornal destaca uma exposição da mexicana em Moscou, na Rússia.

Mas o efeito *fait divers* (BAUDRILLARD, 1981) não se limita a notas de jornais para divulgação do filme. A exemplo das revistas que analisaremos posteriormente, o jornal *Zero Hora* inspirou todo um caderno dominical em Frida Kahlo. O caderno *Donna*, em 06/04/2006, traz na capa uma modelo vestida como Frida (Figura 29) e as páginas que seguem passam do filme à moda, como veremos a seguir.



Fonte: Jornal Zero Hora 06/04/2003

Figura 29: Inspiração em Frida Kahlo

Talvez por consequência do processo de globalização e intercâmbio de culturas (CANCLINI, 2000), num momento que “a comunicação publicitária cresce em volume e significação: ela busca espaços simbólicos de memorização pela construção de mensagens com forte apelo emocional” (SILVA, 2001, p. 93), reconhecemos com facilidade a influência da cultura mexicana na imagem que ilustra a capa do caderno: cores vibrantes como vermelho e azul celeste, e alguns cactos emolduram a modelo gaúcha Carol Marcki, caracterizada semelhante a uma índia tehuana, ou seja, ao estilo de Frida Kahlo. As mesmas tranças presas por flores no alto da cabeça, colares, brincos grandes e xale com flores bordadas nos permitem à familiaridade com o país centro-americano, reforçada pela frase: “Viva México” que retoma o colorido.

As próximas páginas do caderno que fazem referência ao tema da capa são a 10 e 11, em que se recupera um pouco da vida da pintora mexicana, bem como o filme de Taymor (2003). Nas páginas 12 e 13, o que ganha destaque é a moda. São

roupas inspiradas no guarda-roupa, nas bijuterias e no estilo Frida Kahlo (Figura 30). Três fotos ilustram estas páginas, sendo que duas ganham destaque aqui, neste momento de análise discursiva das formas simbólicas (THOMPSON, 1995).



Fonte: Jornal Zero Hora, 06/04/2003.

Figura 30: Moda Frida Kahlo

Na discursividade desta imagem, percebemos o híbrido pós-moderno, a modelo de Frida Kahlo veste roupas de lojas da capital gaúcha, uma ampla saia com rendas, uma bata vermelha e grandes colares coloridos. A modelo deixa à mostra botas de montaria na cor crua. O modo de prender o cabelo se assemelha às fotos da pintora mostradas anteriormente (Figuras 28 e 29, por exemplo) numa evidente inspiração.

Mas em outro momento (Figura 31), a modelo aparece com os cabelos soltos. A relação com Frida Kahlo ou com a cultura mexicana se dá então através do vestido amplo como o usado pela pintora para esconder a deficiência, as bijuterias grandes e as estampas da saia e xale: flores e desenhos em tons muito vivos.



Fonte: Jornal Zero Hora, 06/04/2003

Figura 31: Nova Frida

Desta forma, percebemos que, ao contrário do filme de Julie Taymor que – apesar das críticas – tenta ser fiel à biografia de Hayden Herrera, os editoriais de moda buscam apenas a afirmação no nome de uma personalidade (no caso Frida) para vender um estilo, uma moda.

Isto fica mais evidente no editorial de moda da revista feminina Elle, de fevereiro de 2003. Apesar de abrir o Editorial numa página vermelha com a reprodução de uma obra de Kahlo (Figura 32), as páginas que seguem apresentam uma moda totalmente comercial, urbana e contemporânea.



Fonte: Revista Elle, fevereiro de 2003

Figura 32: Nova Frida

Ilustraremos nossa análise discursiva das imagens escolhidas no editorial da revista Elle com duas páginas, sendo que, na primeira delas, a modelo brasileira aparece com os cabelos presos semelhante aos de Frida Kahlo (Figura 33), e já na outra figura, a mesma modelo aparece com os cabelos soltos.



Fonte: Revista Elle, fevereiro de 2003

Figura 33: Roupas nacionais e cultura internacional

Apesar das legendas da foto indicar que o figurino apresentado é de lojas brasileiras, a composição nos remete ao México: o xale de cor forte e franjas longas, flores nos cabelos, brincos exagerados e uma pose sensual da modelo que, tal como Frida Kahlo, é morena, de olhos castanhos e traços delicados.

Esta identificação com a cultura mexicana se dá também via composição de cenário (Figura 34), que explora os tons terrosos e quentes, e o contraste de cores na roupa da modelo: bata e saia brancas, faixa vermelha, colares de contas graúdas em vermelho e azul turquesa, anéis, pulseiras. Com estes elementos iconográficos, a identificação com a imagem da pintora é direta, mesmo que a modelo se apresente com cabelos soltos.



Fonte: Revista Elle, fevereiro, 2003

Figura 34: Roupas nacionais e cultura internacional

Além da revista Elle, outras publicações nacionais homenagearam Frida Kahlo. A revista Cláudia de Março de 2003 fez uma reportagem de três páginas sobre a vida e a obra da pintora mexicana, usando fotos antigas de Kahlo e pinturas. Na revista Caras de 02/05/2003, a pós-modernidade permitiu a hibridização de materiais, texturas e cores, e três atrizes nacionais interpretaram para os fotógrafos as versões estilizadas de Kahlo. Todas as atrizes eram morenas, de traços delicados semelhantes aos de Frida. São elas: Cláudia Ohana, Patrícia França e Alessandra Negrini.

De uma maneira diferente do jornal Zero Hora e da revista Elle, estas imagens pendiam muito mais para a livre interpretação de Frida Kahlo, do que para demonstrações de moda do estilo mexicana. Em página dupla, Cláudia Ohana (Figura 35) abre a reportagem mostrando os tons vibrantes, mas muito tropicais. Nos cabelos, fitas multicoloridas misturam-se a tranças de cabelo artificial tramados com pedrarias. No topo do penteado, flores plásticas misturadas a outras de seda e fitas de organza. As flores estão presentes com exagero no cenário e na roupa, com

sobreposições de saia mais calça jeans, bata e faixa. Cenário e roupa se confundem também na quantidade de brilhos e bordados, que, por sua vez, se confundem com as bijuterias grandes. No exagero, o retrato do *kitsch* pós-moderno (BAUDRILLARD, 1981) que, segundo o autor, se caracterizaria pelo exagero e pela apropriação equivocada /vulgarizada de modos, maneiras e formas.



Figura 35: Frida Kahlo

A livre interpretação da revista Caras parece-nos um olhar singular em um ambiente de moda mais comportado, já que, seguindo as tendências disparadas pelo filme Frida (2003), as revistas apenas refletiam as criações da indústria da moda, já que muitas grifes se inspiraram na mulher mexicana para criar suas coleções. Uma delas foi a brasileira Carmim. Confeção unissex para um público jovem, a Carmim trouxe Frida para sua coleção de moda verão 2003, em forma de estampas, modelagens, cores e propostas. Até mesmo a etiqueta das roupas trazia uma gravura de Kahlo (Figura 36).



Fonte: Etiqueta de roupas

Figura 36: Etiqueta verão 2003

Atribuindo valor simbólico aos seus produtos (BAUDRILLARD, 1981), a etiqueta de papelão assemelha-se a um medalhão, e traz os tons vivos – laranja, amarelo e vermelho – contrastado com o preto. No centro da moldura, uma reprodução parcial do *Auto retrato dedicado a Leon Trotsky* (1937), pintado por Frida Kahlo para seu amante, por ocasião do aniversário da revolução russa.

Além deste, o *Auto retrato The Frame*, de 1938 – única obra de Frida no Louvre – também estampa outra peça da Carmim. Uma camiseta com a imagem de Frida (Figura 37) vai além da sugestiva inspiração no estilo da pintora, para a evidente apropriação da obra da mesma. Tudo é claro, combinado com os tons vibrantes e as bijuterias gigantes.



Fonte: Catálogo Carmim, verão 2003.

Figura 37: Uma roupa e um rosto

Assim, através da análise discursiva (THOMPSON, 1995) de algumas imagens de Frida Kahlo na pós-modernidade, percebemos que agora a pintora mexicana aparece sob diversas formas, que vão de roupas a interpretações, mas em todas parece haver uma ligação, já que faz referência à sedução, sedução para o consumo. Estas e outras interpretações faremos no momento a seguir.

3.3 IMAGENS DE KAHLO NUMA PROSPECÇÃO PÓS-MODERNA

Na interpretação/reinterpretação (THOMPSON, 1995) das imagens de Kahlo na pós-modernidade, o primeiro aspecto que destacamos é o fato desta ser apenas uma reinterpretação. Isto porque, no capítulo anterior, propusemos que Frida Kahlo foi quem primeiro interpretou sua imagem, retratando-se – além do que via – como se percebia e se sentia. No contemporâneo vivenciado, sua imagem foi interpretada por diferentes meios de comunicação, pela indústria que se inspirou em seu estilo, e

por fim, por diversos consumidores que se apropriaram de um estilo Frida Kahlo de se vestir. A nós só resta uma reinterpretação destas imagens que consideramos pós-modernas cruzadas com a interpretação das obras modernas da pintora, para tentar entender como, num tempo de iconografias digitais e moda avançada, as imagens de Frida Kahlo voltam a inspirar todo um estilo. Na tentativa desta elucidação, nos encontramos com o problema da hermenêutica, de saber que é possível o processo de produção de sentido, mas que, ao tornar objetivas as descrições de sentido subjetivas e intencionais, precisamos estar cientes de que estas serão sempre parciais (STEIN, 1996).

Iniciamos essa interpretação/reinterpretação dividindo nossa percepção sobre as imagens pós-modernas de Frida Kahlo em dois grupos: as imagens do filme que, de certa forma, imitam a pintora tentando ser bastante fiéis à realidade, adequadas ao tempo, ao espaço, etc, e as imagens de moda proveniente basicamente dos editoriais de moda, em que Frida Kahlo serve apenas como referência e inspiração. Em certo sentido, elas são mais híbridas do que as anteriores, porque adaptam elementos da vida e da obra da mexicana à realidade atual.

Mas estas duas categorias de imagens estão em inter-relação constante, já que ambas são representações de Kahlo e responsáveis pelo lançamento e manutenção do modismo Kahlo. Justificamos esta reinterpretação, porque, no contemporâneo da condição pós-moderna, a cultura está permeada pelo consumo. E, para pensadores como Lipovetsky (1989) e Baudrillard (1981), o sistema da moda é o que permite que o consumo mantenha-se sempre ativo, uma vez que, se sempre existem novas modas, a renovação será constantemente necessária.

Mas, para se lançar a moda ou um modismo, é necessário estar em sincronia com a atualidade e contar com o apoio dos meios de comunicação, pois diz o senso comum que o que não é noticiado, não existe.

No sistema de difusão e divulgação da moda, além de campanhas publicitárias, uma prática conhecida como *merchandising* funciona muito bem. Ela consiste em fazer com que estrelas ou personagens usem/mostrem um estilo, e ele

será copiado por uma legião de fãs. O caso de Frida Kahlo não é diferente. Garcia e Miranda (2005), pensando nas tendências e no simulacro da moda, exploram a capacidade que esta tem de se reinventar através de releituras, gerando as “ondas” e “manias” no vestir, geralmente, difundidas por estrelas: “Figuras populares ou celebridades atuam como displays nas releituras, cuja divulgação é feita pelas mídias terciárias em escala global” (GARCIA; MIRANDA, 2005, p. 39). Ou seja, é o caso do filme *Frida* (TAYMOR, 2003) que começou a propagar o estilo Frida.

Em se tratando do filme, é claro que, mais do que lançar o estilo, existe a intencionalidade de manter-se fiel à história da pintora mexicana. Por isto, suas imagens são, em nossa interpretação/reinterpretação, bastante fiéis as de Kahlo. O filme recebeu muitas críticas na adaptação. A revista *Set* (2003), por exemplo, condena o fato de a diretora Julie Taymor mostrar uma Frida que chega a dançar tango, mostrando pouco ou nada da dor que seus acidentes lhe deixaram. Por outro lado, o mesmo periódico elogia a direção de arte, responsável por fazer uma Frida tão semelhante a das obras e biografias e declaradamente copiada destas, como mostra a Figura 38, em que Salma Hayek (em foto de divulgação) posa idêntica à Frida Kahlo.



Fonte: Kettenmann (2001) e Revista *Set* (2003)

Figura 38: Propositalmente idênticas

Isto contradiz a legenda da própria revista: “*Salma como Frida: visual Pop*”, já que a atriz Salma Hayek, por mais pop que possa parecer (seria por influência da moda?), está vestida e ornamentada tal qual a pintora, inclusive, sobre o mesmo fundo de flores. Ou seja, a foto nos remete mais ao pastiche, à intencionalidade da imitação com fins de representação, do que uma tentativa de tornar a imagem da pintora mais pop – ao menos nesta imagem.

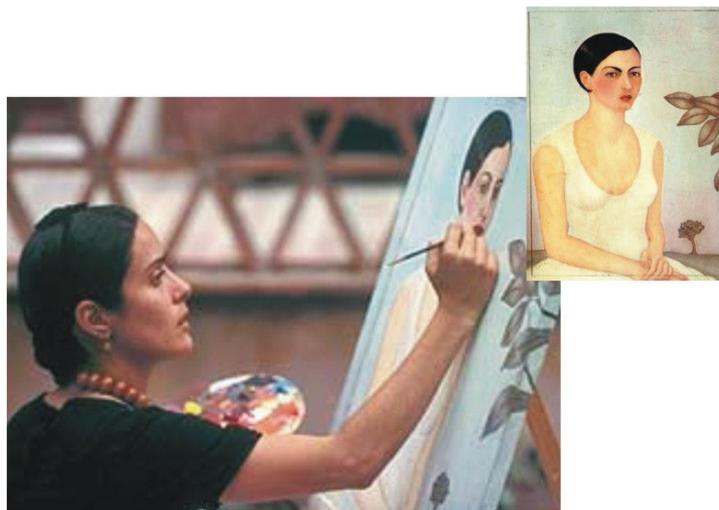
Já no cartaz do filme *Frida* (2003), acreditamos que, menos do que ser fiel à obra que o inspirou “*As Duas Fridas*”, a montagem de cenas faz uma ironia com a condição bissexual da pintora. Comparando as imagens da Figura 26, reparamos que, apesar dos autores buscarem referências na obra de Kahlo – como o fundo, o banco, as duas mulheres, seu posicionamento – para nós, interessados em interpretar a discursividade destas imagens, podemos ver que elas não falam da mesma coisa. Enquanto a primeira fala da alma, a segunda fala do corpo.

No capítulo anterior, vimos que a intencionalidade de Frida, ao pintar esta tela, era mostrar a ambigüidade de seus sentimentos em se colocar como mexicana ou como uma senhora distinta, em falar da sua dor na divisão de papéis. No contemporâneo este sentimento de perda de referenciais provavelmente provocaria identificações, uma vez que experimentamos, via globalização, a desterritorialização, a interculturalidade (CANCLINI, 1992) e outros sentimentos provenientes deste processo de fragmentação da identidade provocado pela aceleração das mudanças cotidianas.

O cartaz, porém, vê outra divisão para a personalidade de Frida, a questão da sexualidade; e coloca Salma Hayek como homem e como mulher, lembrando o retrato de Frida em trajes masculinos. Em nossa interpretação/reinterpretação, olhando para a discursividade da obra e as condições sócio-históricas de sua produção, esta interpretação dos produtores está equivocada: em toda a biografia de Frida Kahlo, a bissexualidade jamais aparece como um estigma, um desconforto ou um divisor de personalidade. Pelo contrário, Frida aparece tão feminina e sedutora que sua figura é capaz de seduzir até mesmo outras mulheres. Talvez possamos interpretar que a bissexualidade de Kahlo seja um indício de pós-modernidade em sua personalidade – sem dúvida, à frente de seu tempo, porque, nesta condição

sexual, a mexicana não precisava escolher de que lado estava, mas cambiar entre dois lados, com a liberdade que Lipovestky (2000) propõe como sendo pertencente ao que ele se refere como a *terceira mulher*, que seria uma mulher feita para si mesma, a mais recente na evolução dos papéis do feminino.

Prova de sua feminilidade – que em nada contradiz seu lado masculino – vemos também que, em outros momentos, o filme que se inspira em fotos de Frida Kahlo, provavelmente de sua biografia, como nesta cena em que ela pinta o retrato da irmã Cristina (detalhe). Na comparação com as fotos publicadas na obra *Kahlo: Dor e Paixão* (2001) de Kettenmann (Figura 39). No dia-a-dia, mais do que a artista plástica em seu atelier, Frida se deixa retratar com a mesma aura de força, impetuosidade, com os cabelos presos de quem está pronta para o trabalho, mas com colares, que mostram sua elegância e estilo próprio.



Fonte: Kettenmann (2001) e site filme Frida (2003)

Figura 39: A pintora e sua obra

Tentando construir um olhar subjetivo ao objeto estudado (DILTHEY, 1992), detemo-nos em outro momento em que o filme tem inspiração evidente na obra: a cena do casamento com Diego Rivera, em que Frida e o noivo aparecem trajando as roupas da pintura (Figura 40). Reparamos que Frida escolheu retratar-se no dia do seu casamento com as cores do México: o verde e o vermelho. Lembrando a reinterpretação do capítulo anterior, vemos que, se Diego Rivera traz a seriedade do painelista de renome internacional em um terno escuro com camisa azul, a noiva

parece querer demonstrar não a pureza das cerimônias tradicionais e seus vestidos brancos, mas ser figurativa de uma união que refletiria em todo o México. A acentuada identidade tehuana e mexicana, que os biógrafos encontram em Frida, traduzem-se nas ações de seu cotidiano e nos ritos de passagem de sua vida. Ao que parece, os intérpretes de sua obra no contemporâneo também entendem assim este momento.



Fonte: Jornal Zero Hora (2003) e www.artchive.com

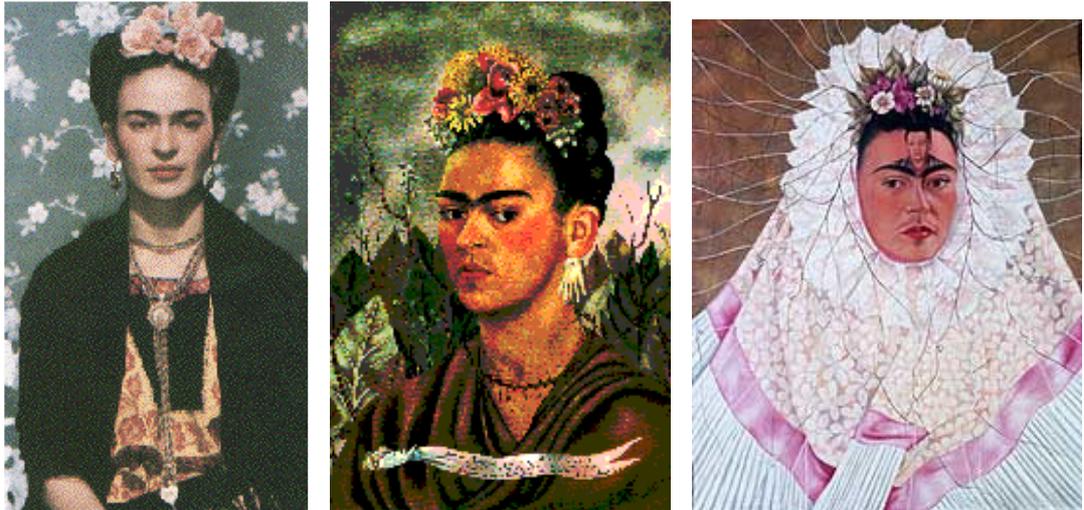
Figura 40: Roupas de casamento

No contemporâneo, talvez o recurso de apresentar Frida de noiva com vestido colorido para, além da relação com a obra, cause identificação com a visão do casamento que se tem atualmente, e que já não é mais tão ligado aos padrões tradicionais. As liberações do feminino fizeram com que hoje casamentos informais, segundas núpcias, uniões de pessoas do mesmo sexo, ou com grande diferença de idade (como o caso de Rivera e Kahlo) tem maior aceitação (LIPOVETSKY, 2000). Geralmente, nestas cerimônias, os trajes fogem do convencional preto para o noivo e branco para a noiva. Mas, sobretudo, é a ousadia de Frida Kahlo e sua paixão pela autenticidade que realçam a escolha do vestido verde para o casamento. Em outras palavras, de uma figura como ela não se poderia esperar outra coisa.

Autenticidade aparece como palavra recorrente nos editoriais de moda. Mas até para pregar o que é autêntico (portanto, único, diferenciado) a moda precisa apelar para clichês na hora de apresentar suas propostas. No entanto, são estas imagens carregadas dos clichês iconográficos – elementos que facilmente identificaremos com a figura de Frida Kahlo – que representam imagisticamente o estilo/moda Frida. Isto é possível porque “A representação é construída através da sensação. A sensação insignificante é transformada em imagem significativa. A imagem já é uma construção de sentido, ela carrega um modo de ver e entender as coisas. A imagem integra significação e sensação” (RUIZ, 2004, p. 89) Ou seja, através das referências que temos em nosso imaginário, podemos atribuir significações a uma imagem, neste caso, relacioná-la à Frida Kahlo.

Isto equivale a dizer que, para que um produto/idéia possa ser aceito pelo público, é preciso que este público tenha referências em seu imaginário sobre a significação deste produto (GASTALDO, 2001). Para isto, recorreremos a três elementos usados nos diferentes meios de divulgação que consideramos os mais significativos para uma interpretação/reinterpretação e que nos remetem àquela época, estilo e personalidade. São eles: as flores (especialmente no penteado), o xale e as bijuterias. Consideramos que, se as imagens midiáticas de Frida Kahlo na pós-modernidade são formas simbólicas (THOMPSON, 1995), e que estes elementos são chave para sua identificação como tal, ao mesmo tempo em que permitem reinterpretções sobre si próprios.

Em diferentes obras Frida Kahlo se retratou usando flores (Figura 41), como no seu famoso *Auto-retrato pintado para o Dr. Eleosser* (1940) ou ainda no *Auto-retrato como tehuana* (1943). Na interpretação/reinterpretação anterior, entendemos a figura de Frida enfeitada de flores como uma forma de mostrar-se bonita, alegre, enfeitada para o marido Diego, e também como uma forma de demonstrar sua ligação com as tradições de seu país, o México.



Fonte: www.artchive.com

Figura 41: As flores de Frida

Porém, interpretando/reinterpretando sua prospecção pós-moderna, vemos que o penteado de Frida Kahlo carregado de flores não é difundido como um hábito, mas sim como um objeto cênico, uma forma de remeter a sua figura causando identificação com a lembrança que temos em nosso imaginário, pois, como revisamos no primeiro capítulo desta tese, as imagens fazem sempre referência a algo conhecido (JOLY, 1996), o que supõe uma significação, e faz delas, portanto, formas simbólicas.

Estas formas simbólicas podem ser interpretadas a partir da formação de uma visualidade híbrida (HARVEY, 2002), característica de nosso tempo. Neste híbrido a roupa apresentada pela revista é uma proposta de um produto de consumo, e os cabelos das mesmas modelos funcionam apenas como ícones, indicadores de uma idéia, um estilo.



Fonte: Jornal ZH (2003), Elle (2003), Caras (2003)

Figura 42: Reinterpretações das flores

Aqui, por exemplo, as flores aparecem como elementos deslocados de sua função, de seu tempo, de seu uso. Estão colocadas apenas para servirem ao espetáculo imagístico do impacto e identificação. Porém, não podemos perder de vista o fato de que é comum na moda o uso de acessórios inusitados “carregados pelas modelos para criar um arranjo capaz de formar uma idéia de uso e fortalecer seu poder de sedução” (GARCIA; MIRANDA, 2005, p. 38). Seguindo a idéia das autoras, podemos inferir que os cabelos presos em tranças e adornados com grandes flores são apenas para um efeito de ambientação, de identificação com a imagem de Kahlo, e não propostas de um novo visual de cabelo a ser adotado pelos consumidores. E, sendo esta uma prática recorrente na moda desde os anos 60 (GARCIA; MIRANDA, 2005), é como adereço de fantasia que ela é percebida pelos consumidores.

As flores aparecerão ainda nos bordados, barrados e aplicações da moda de Frida, mas, neste momento, elas não têm caráter de fantasia e sim de marcar uma tendência na estamparia, como quando enfeitam os xales, por exemplo.

O xale é o próximo elemento iconográfico que caracterizaria as imagens de Frida Kahlo na contemporaneidade. Ao contrário dos meramente ilustrativos arranjos nos cabelos, esta peça tem uma função no guarda-roupa de Frida, que diversas vezes se retratou ou foi retratada com um manto (Figura 43).



Fonte: www.artchive.com e Kettenmann (2001)

Figura 43: O xale de Frida

O hábito de cobrir o corpo com um manto é forte influência das índias tehuanas na cultura mexicana. Fuentes (2005) e Herrera (1994) são biógrafos que exploram a fundo esta relação da pintora com seu país. Interessante perceber que, num tempo de cultura globalizada (CANCLINI, 1992), hábitos, vestimentas e ornamentos de outras regiões passam a integrar de forma harmônica nosso cotidiano. Mas, em vista dos xales e mantos, é preciso dizer que, mesmo antes da moda Kahlo, eles já faziam parte da vestimenta das mulheres, mas em um tempo anterior. Híbrido, como o pós-moderno, este elemento perpassa culturas, geografia e tempo; desta forma, a última moda parece ser vestir-se de anos anteriores.

Na revista Elle (2003) um xale vermelho para uma Frida Kahlo sensual. Um longo manto branco envolve o personagem de Salma Hayek no filme da diretora Julie Taymor, conforme a foto da revista Set (2003). E, para o Jornal Zero Hora, a reinterpretção do xale de Frida mistura estampas (Figura 44).



Fonte: Elle (2003), Revista Set (2003)Jornal ZH (2003)

Figura 44: Reinterpretando o xale

Mostrando de forma comparativa a vida e a obra de Frida com as imagens que a pós-modernidade projetou a partir delas, e especialmente que através destas imagens midiáticas serão geradas outra série de visuais no cotidiano dos sujeitos, lembramos que atualmente: “A relação entre a vida de um artista e a obra que esse artista produz é amplamente estudada pelos sociólogos, psicólogos, teólogos e escritores de literatura fantástica. Para a maioria de nós – os espectadores comuns – a obra de um artista não pertence mais à vida do artista, mas também às nossas próprias vidas” (MANGUEL, 2001, p. 207).

Em outras palavras, estamos propondo que – fomentado pela tecnologia de reprodução e distribuição da imagem (BROKMANN, 1998) e o fim da imagem aurática na pós-modernidade (HARVEY, 2002) – os sujeitos passam cada vez mais se apropriar das imagens de arte e trazê-las a seu modo para o seu cotidiano. De acordo com esta idéia, justificar-se-iam as reproduções de obras de artistas famosos em produtos diversos como cadernos, copos, perfumes. Um exemplo claro e bastante pertinente seria a camiseta da grife Carmim que estampa a obra *The Frame*, de Frida Kahlo, que pode ser conferida na Figura 39 deste trabalho.

A camiseta ou a etiqueta da mesma grife (Figura 36) reforçam esta interação entre a arte – já não vista como aurática – e o cotidiano defendido por Roque (1995) no primeiro capítulo desta tese. Somado a isto, é pertinente a idéia contemporânea de simulacro (BAUDRILLARD, 1991, p. 16) que faz com que “O museu, em vez de estar circunscrito como lugar geométrico, está agora em toda parte, como uma

dimensão da vida”. Da mesma forma podemos interpretar/reinterpretar outras apropriações da arte no contemporâneo como as reproduções em pôsteres das mais diversas obras, de Michelangelo a Mondrian, espalhadas pelas salas de espera, ou sob forma de pastiche e ironia (HARVEY, 2002) nas mais variadas mídias, parodiadas em anúncios, etc. Como propunha Roque (1995), a arte invade a vida cotidiana através do próprio cotidiano. Fato que percebemos também com a imagem e a obra de Frida Kahlo no contemporâneo, que invade vitrines, editoriais, telas de cinema, etc, já que a atualidade permite que as imagens de comunicação (publicitárias ou midiáticas) sejam uma representação mais livre e simbólica da realidade (GASTALDO, 2001).

E poderíamos ainda refletir com Michel Maffesoli (1985), quando ele propõe que, devido à massificação da cultura, toda a vida cotidiana pode ser considerada uma obra-de-arte e complementa: “mas também porque todas as situações e práticas minúsculas constituem terreno sobre o qual se elevam cultura e civilização” (MAFFESOLLI, 1995, p. 26). Ou seja, a arte dispersou-se pelo cotidiano, na forma de pôsteres, ilustrações, paródias e camisetas.

Mas se dissemos que este cotidiano pós-moderno está norteado pelo consumo e pela questão da globalização, o que pensar de Frida Kahlo? Podemos começar interpretando/reinterpretando (THOMPSON, 1995) que Frida Kahlo no pós-moderno é uma imagem construída com referências num ícone do passado, resgatado com a função de vender um estilo de vida e uma nova moda. E aqui entendemos moda como:

conjunto atualizável de modos de visibilidade que os seres humanos assumem em seu vestir com o intuito de gerenciar a aparência, mantendo-a ou alterando-a por meio de seus próprios corpos, dos adornos adicionados a eles e da atitude que integra ambos pela gestualidade de forma a produzir sentido e assim interagir com o outro (GARCIA; MIRANDA, 2005, p.18).

Se nem só de roupas vive a moda, mas de toda uma gestualidade, isto nos remete ao terceiro elemento iconográfico escolhido como representativo do estilo de Kahlo, que são as bijuterias. Grandes e exageradas nos remetem ao excesso característico da cultura da América Central, e também ao aspecto folclórico, colorido e indígena daquela região.

As bijutérias grandes, elementos que compunham a imagem da pintora e que vai ser passado como representação iconográfica na pós-modernidade, foram assim descritas por Fuentes (2005, p. 7):

O rumor, estrondo e ritmo das jóias usadas por Frida afogaram todos [os sons] da orquestra, mas algo mais que o mero somido nos obrigou a todos a olhar para cima e descobrir a aparição que anunciava a si mesma com o latido incrível dos ritmos metálicos, para em seguida exibir a mulher que tanto o rumor das jóias quanto um magnetismo silencioso anunciava.¹¹

De forma poética, Fuentes (2005) demonstra que as jóias de Frida Kahlo funcionavam como um diferencial e um identificador de sua personalidade. A mulher descrita pelos biógrafos como dona de um corpo frágil e miúdo, na visão de Fuentes (2005), ganha força através desta couraça de metal e pedras, que faz o autor compará-la às deusas astecas. Para exemplificar, o autor ainda diz que a quantidade de anéis acabava por dar as suas mãos um aspecto de garras.

Em nossa interpretação/reinterpretação (THOMPSON, 1995), para Frida Kahlo as jóias funcionavam como uma espécie de armadura colorida para proteger e esconder o corpo frágil e dar a ele um aspecto mais forte por estar revestido de metais, pedras e madeiras. Resgatadas na pós-modernidade (Figura 45), as jóias de grandes proporções nos lembram deste aspecto, pois, paralelo à mulher feminina das saias, das flores e dos xales, há o desafio imposto pelas grandes peças. Esta desarmonia do delicado com o exagerado é bem aceita na estética híbrida pós-moderna e faz relação ao novo papel da mulher que não quer mais se mostrar apenas como uma criatura frágil (LIPOVETSKY, 2000).

¹¹ Tradução livre da autora de: “El rumor, estruendo y ritmo de las joyas portadas por Frida ahogaron todos de la orquestra, pero algo más que el mero sonido nos obligó a todos mirar hacia arriba y descubrir a la aparición que se anunciaba a sí misma con el latido increíble de ritmos metálicos, para en seguida exhibir a la mujer, que tanto el rumor de las joyas como un magnetismo silencioso anunciaba”.



Fonte: Catálogo Carmim (2003), Caras (2003)Elle (2003)

Figura 45: Bijuterias

Além disto, os enormes acessórios usados pela artista podem ser colocados em paralelo ao exagero do consumo contemporâneo (BAUDRILLARD, 1981) como formas simbólicas de uma lógica do *ter mais* que chega às raias do exagero e acaba nos levando ao *kitsch*. Não descartamos aqui que as jóias apareçam em alguns editoriais de moda – como o da revista Caras (2003), por exemplo – apenas como elemento cênico, tal qual as flores do cabelo. Mas é fato que um dos elementos chave do visual da Frida na pós-modernidade é o uso de adornos de grandes proporções, cores vivas e de preferência sobrepostos a outros. Em outras palavras, estamos propondo que as bijuterias, assim como o xale e as flores, em algumas situações imagéticas, foram deslocadas de seu tempo, espaço e uso, apenas para realce da imagem. Na pós-modernidade “A imagem, a aparência, o espetáculo podem ser experimentados com uma intensidade (júbilo ou terror) possibilitada apenas pela sua apreciação como presentes puros, e não relacionados no tempo” (HARVEY, 2002, p. 57). Isto é: a imagem se apresenta como um presente puro, destituído de tempo. Seu impacto imediato possibilita esta anulação do tempo em favor da espetacularização do visual e “sua influência na constituição de significados sociais acaba residindo no fato de não ter qualquer compromisso de representar a realidade” (GASTALDO, 2001, p. 81), no caso, a usabilidade real.

Também levamos em conta que não é a primeira ou a única vez que acessórios exagerados estão na moda, apenas que, desta vez, eles estão associados a um contexto e a uma figura, Kahlo. Aliás, o entrar e sair de moda, os movimentos da visualidade, assim como a efemeridade é um dos pontos-chaves deste trabalho. Quando este projeto foi feito, por exemplo, no ano de 2003, a pesquisa nos mostrava que a inspiração em Frida Kahlo era tendência de moda. Ao mesmo tempo em que observávamos este fenômeno, tínhamos consciência de que, tão logo a moda passasse, Kahlo sairia também da mídia, ao menos enquanto fenômeno massivo. Isto, porém, não invalidaria a pesquisa já que a efemeridade das modas, dos modismos, dos gostos e situações é uma das características da pós-modernidade, e o fenômeno Kahlo pode ser visto também sob esta ótica.

No entanto, a redescoberta da visualidade de Kahlo pela mídia 50 anos após a sua morte, deixa conseqüências, como o despertar de uma curiosidade, de um mito, de um ícone. Vejamos que, em 2006, um evento do campo da arte traz Frida Kahlo novamente às páginas de jornal. Trata-se de uma exposição de releituras de imagens da artista feitas por pintores brasileiros. Para comemorar e também para aproximar os sujeitos desta proposta iconográfica, a entidade promotora do evento propôs uma palestra sobre a vida de Frida e um almoço tipicamente mexicano, como encontramos em notas dos jornais gaúchos Zero Hora (2006) e Correio do Povo (2006), em nossa referência bibliográfica.

Em nossa interpretação/reinterpretação é um delicado equilíbrio entre a efemeridade e a constância que traz à tona as modas e os modismos na sociedade contemporânea. Isto porque uma circularidade de informações gira constantemente, ora trazendo a visualidade de Kahlo esquecida até os anos 90 (quando ícones pop como a cantora Madonna torna-se colecionadores de sua obra), ora substituindo estas visualidades por outras, e depois fazendo com que re-emerjam sob a forma de filmes, exposições releituras. É o que Edgar Morin propõe ao longo de sua obra como a espiral pós-moderna.

A este respeito, recordamos Baudrillard (1981), quando ele propõe que a lógica do consumo depende – entre outros fatores – da efemeridade. Sob o mesmo ponto de vista, Lipovetsky (1989, p. 176) acrescenta que, neste processo econômico

e cultural, “generalizou-se o espírito de curiosidade, democratizou o gosto e a paixão pelo novo em todos os níveis da existência e em todas as camadas sociais (...) À medida que o efêmero invade o cotidiano, as novidades são cada vez mais rapidamente e cada vez mais bem aceitas”. Para o autor, é a generalização do processo de moda que define a sociedade de consumo.

Por outro lado, a efemeridade deste processo traz à tona a fragilidade das construções e concepções pós-modernas, cujas imagens parecem ser feitas muito mais à superfície sem a preocupação com um aprofundamento, como proposto por (HARVEY, 2002, p. 59): “O outro lado da perda da temporalidade e da busca do impacto instantâneo é uma perda paralela da profundidade”. Em nossa interpretação/reinterpretação é a falta de profundidade da imagem pós-moderna que, despreocupada em ser fiel às raízes do que propõe, explicaria em parte as modelos de cabelos soltos e curtos, a mistura de peças de roupas contemporâneas com acessórios antigos, as botas, enfim, uma série de elementos que até fazem referência à Frida Kahlo, mas estão longe de ser fiéis às imagens originais da mexicana.

Nesta lógica, o consumo empresta visualidades da arte para revendê-las como bens de consumo, sem a preocupação com a fidelidade estética. Na superficialidade da construção imagética, Frida Kahlo pode ser uma modelo gaúcha, uma moça de cabelos soltos e com acessórios modernos, uma atriz hollywoodiana, enfim, é preciso apenas que alguns elementos de significação ativem em nossa memória iconográfica alguma referência à Kahlo, e o resto do cenário se faz. Lembremos que a modelo que ilustra o catálogo da grife Carmim é quase loira e tem os olhos muito claros. São os elementos que compõe a imagem – como os anéis, as estampas, o exagero – que nos apontam às imagens de Frida.

Da mesma forma, ao invés de bordados mexicanos e xales tehuanas, temos grifes nacionais vestindo as modelos, como confirmam os editoriais de moda dos veículos pesquisados. No processo global de interculturalidade, as referências se mesclam, e já fica difícil distinguir o nacional e o importado, o antigo e o moderno, o erudito e o popular, o que é de Frida e o que não é. O certo é que – entre esta proliferação de modos, modas e sentidos – reconhecemos Frida Kahlo em Salma

Hayek (*Frida*, 2003), na modelo gaúcha do Jornal Zero Hora, nas atrizes globais estilizada pela Revista Caras (2003) e até mesmo nas releituras mais leves da revista Elle (2003), isto porque “a fugacidade é uma das características das representações veiculadas pela mídia”(GASTALDO, 2001, p. 83).

Ainda em nossa interpretação/reinterpretação, o jogo e o acaso (HARVEY, 2002) propostos pela condição pós-moderna não fazem destas imagens armadilhas entre a fidelidade ao passado e a distância estética do presente; pelo contrário, mulheres-Fridas misturam tempos, materiais e influências e reinterpretam a suma maneira uma nova visualidade, com flores plásticas e calças jeans. Na performática pós-moderna, experimentar é o que vale. Mudar também.

Mudanças, trânsitos, influências, modismos: “A conseqüente democratização do gosto numa variedade de subculturas (...) é interpretada como o desfecho de uma batalha vital que fortaleceu os direitos de formação da própria identidade até dos relativamente desprivilegiados, diante de um comercialismo poderosamente organizado” (HARVEY, 2002, p. 63). Ou seja, em nome do consumo, a pós-modernidade apresentada por nossos autores aponta para um contexto destituído de necessidade lógica. Talvez seja por isto que, ao retratar a pintora mexicana, o filme *Frida* (2003) tenha mostrado a artista no esplendor de sua graça ao invés de mostrá-la como uma aleijada corroída pela dor, como denuncia a revista Set (2003). Tanto no filme quanto nos editoriais de moda, o estilo Frida Kahlo está ligado à sedução, à força e ao feminino. Interpretamos/reinterpretamos esta opção, como uma maneira de mostrar aos espectadores uma ligação maior com a estetização da vida – tendência defendida por Maffesoli (1996) – do que com a dor do real, num tempo em que nos perguntamos a todo instante sobre o que seria real.

Em outras palavras, podemos inferir que, no contemporâneo, as imagens de Kahlo estiveram muito mais a serviço do consumo (de bens, idéias, de estilo de vida) do que à arte, como em seu contexto original. Na lógica do *fait-divers* (BAUDRILLARD, 1981) provavelmente uma pesquisa entre as consumidoras ou apreciadoras do estilo Frida Kahlo revelaria que estas conhecem a mexicana pela sua história tumultuada, seu jeito extravagante de vestir e de viver, mas poucas sabiam sobre suas telas. Ao mesmo tempo sabemos que “O sentido da imagem não

é extraído do objeto de um modo natural, mas ele é sempre uma produção hermenêutica. A possibilidade da criação dos significados para as imagens não dimana do objeto, mas é produzida pelo imaginário do sujeito e da sociedade” (RUIZ, 2004, p. 68). Isto quer dizer que, se até um tempo atrás as imagens de Frida careciam de significados no imaginário dos sujeitos, estas, pouco a pouco, se desenvolveram com a ajuda e referências das imagens veiculadas na mídia, seja em reportagens de jornal, num filme ou num editorial de moda.

Neste sentido, nossa interpretação/reinterpretação nos leva a pensar nas imagens de Frida Kahlo como formas simbólicas (THOMPSON, 1995) em mais um capítulo da sucessão de efemeridades da moda, voltado apenas à difusão do consumo, especialmente no setor de moda feminina. E lembrar que assim como Frida Kahlo, as estrelas do cinema já lançavam moda, e vários filmes já inspiraram coleções inteiras, quiçá até gerações (MORIN, 1989). Mas o que nos intriga, no caso específico da mexicana, é a inspiração entre um ícone da arte, com pouca repercussão mundial, ao menos se comparada aos grandes mestres (Da Vinci, Michelangelo, Van Gogh) e ao conhecimento médio da população sobre o assunto.

Ora, Basquiat, Vermeer, e Pollock são apenas alguns dos artistas plásticos que emprestaram sua história para o cinema, e nenhum deles teve tanta aclamação quanto Frida Kahlo. Mais do que um filme, inspirou todo um estilo no vestir. Acreditamos, porém, que Frida Kahlo tenha voltado com força total ao imaginário pós-moderno, porque sua visualidade suscitou identificações com latências do contemporâneo, como a questão da identidade, da sedução e do novo papel do feminino neste contexto pós-moderno. Esta foi a razão de optarmos por um capítulo de exploração do tema sobre este aspecto, em cumprimento aos objetivos propostos na introdução desta tese.

4 GÊNERO, IDENTIDADE E SEDUÇÃO NO IMAGINÁRIO DE FRIDA KAHLO

Conforme indicado pela metodologia da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), até este momento analisamos as imagens de Frida Kahlo sob a perspectiva da tríplice análise proposta pelo método, ou seja, uma análise sócio-histórica, uma análise discursiva, e após a interpretação/reinterpretação de nossa forma simbólica, as imagens de Kahlo, num processo inter-relacionado de idéias. Como os capítulos dois e três já se encarregaram do aspecto sócio-histórico e também da discursividade destas imagens tanto na modernidade quanto na pós-modernidade, com breves interpretações neste capítulo, o quarto da tese, nos permitirá partir direto para a parte de interpretação/reinterpretação, sem perder de vista, certamente, as análises anteriores que apóiam e fundamentam nossas inferências.

Ao mesmo tempo, por que falaremos de uma identidade pós-moderna ligada a questões contemporâneas de gênero, este capítulo pode ser visto como uma extensão do capítulo anterior, em que dissertamos sobre a prospecção pós-moderna das imagens de Kahlo. E mais do que isto: como a pós-modernidade não nega a modernidade, mas a engloba e apropria-se dela, também buscaremos elementos de análise referidos no segundo capítulo deste trabalho. Desta forma, cruzando as visualidades modernas e pós-modernas de Frida Kahlo com as questões de identidade e gênero que elas evocam, não estaremos ferindo o método proposto por Thompson (1995), mas procurando cumprir da forma mais articulada possível, os objetivos propostos na introdução desta tese.

Assim, no primeiro capítulo, mostramos a imagem como ferramenta de comunicação articulada a uma história da visualidade do homem e, no segundo capítulo buscamos ver o que nos dizem as imagens de Kahlo na modernidade de Kahlo; no terceiro capítulo, foi a vez de perceber o que dizem as releituras pós-modernas das imagens de Kahlo, a partir de uma visualidade aprendida ao longo de toda uma história de evolução de nosso imaginário iconográfico norteador, neste momento pelas práticas de consumo. Neste quarto capítulo, pretendemos explorar ainda mais este aspecto, especialmente tendo em vista que a premissa deste

trabalho é que as imagens pós-modernas de Frida Kahlo suscitam identificações de aspectos latentes de nosso cotidiano e por isto voltam à cena mesmo em um ambiente tão diferente do contexto em que foram criadas.

Partindo desta premissa, lembramos que o terceiro capítulo nos mostrou que a chave da cultura de consumo é que os produtos se oferecem mais por seu valor de signo do que por seu valor de uso (BAUDRILLARD, 1981). Este valor de signo é atribuído aos produtos, conferindo status, prestígio, modernidade, confiabilidade, raridade, enfim, algo que os sujeitos almejem e que possa ser passado pelo produto. Isto porque “As pessoas compram produtos para verem refletidas neles a si mesmas, (...) Ocorre uma espécie de identificação social, donde podemos concluir que o produto, quando em uso, representa uma expressão da personalidade de quem o possui” (GARCIA; MIRANDA, 2005, p. 18). Por isto, a técnica de personificação dos produtos é amplamente usada numa transferência das qualidades de quem oferece para o produto em si.

Neste sentido, Morin (1989) fala de uma prática a qual não é nova, em que as estrelas de cinema associam seus nomes a marcas, pensamento explorado também por Lipovetsky (1989) e Ferrés (1998) que tem como base a proposta da transferência kantiana de que o que é belo é bom. Mas, além das estrelas de cinema, personalidades famosas e ídolos do esporte, cada vez mais a publicidade parece se aproximar de nomes da arte na busca de uma legitimação à qualidade/prestígio de suas ofertas. A empresa cosmética O Boticário, por exemplo, batizou dois de seus perfumes com o nome de artistas brasileiros: *Tarsila* (do Amaral) e *Portinari* (Cândido Portinari). O artista plástico Romero Brito emprestou mais do que os nomes às estampas para louças e caixas do sabão em pó OMO. Já entre os nomes de artistas internacionais, temos o *Xsara Picasso*, aliando o nome do pai do cubismo ao do carro, e as agências personalizadas *Van Gogh* do Banco Real.

Exemplos ilustrativos, mas de fácil elucidação em nossa interpretação, já que, nos primeiros casos, se tratam de artistas brasileiros de renome sendo ofertados para um público brasileiro. E, nos casos de Picasso e Van Gogh, são nomes extremamente conhecidos e reconhecidos como de pessoas ligadas à arte. Em ambos os casos ainda há produtos individuais oferecidos a públicos-alvos bem

determinados, mediante uma associação promovida pela própria empresa fabricante.

No caso de Frida Kahlo, não falamos de um produto específico, mas do que Garcia e Miranda (2005) vão chamar de “manias”. Para as autoras, manias são tendências de moda adotadas rapidamente por uma elite da moda (como os estilistas) que passam para os formadores de opinião (e aqui se encaixariam os artistas e personagens) e depois difundidas para a população que aceita por um tempo indeterminado e depois o *look* vai perdendo a força na medida em que sua própria difusão causa um desgaste de imagem. Este fenômeno acontece sistematicamente na moda, mas poucas vezes envolveu alguém do mundo da arte. Basta lembrarmos o referido anteriormente: Pollock, Vermeer, Basquiat e outros artistas cujas histórias chegaram ao cinema e mesmo assim não tiveram esta aceitação pelo mercado periférico.

Em nossa interpretação/reinterpretação, a volta de Frida Kahlo, uma artista pouco conhecida do grande público, mulher, latino-americana, deficiente física, de personalidade contundente, bissexual, esquerdista e apaixonada, aciona questões latentes em nosso imaginário e provoca identificações com aspectos presentes nos sujeitos pós-modernos. Isto seria possível porque estes sujeitos têm uma identidade complexa. Começamos então, a pensar na identidade pós-moderna.

4.1 SOCIEDADE COMPLEXA. IDENTIDADE COMPLEXA

A sociedade em que vivemos é complexa, diz Morin (2000), referindo-se à sociedade contemporânea derivada de um processo de industrialização/tecnologização, paralelo a uma passagem de pensamento moderno para uma condição pós-moderna. Isto equivale a dizer que não só viemos de um momento de transformações, como também vivemos um momento de mudanças.

Num panorama do que revisamos até aqui, a complexa cultura pós-moderna apresenta-se com sua fragmentação, desconstrução e esquizofrenia, resultante da

compressão do espaço e do tempo pelas mãos da tecnologia, que abole as fronteiras e anula o tempo (HARVEY, 2002). O avanço tecnológico dos transportes, da comunicação via satélite e digital, da produtividade em massa, do aperfeiçoamento dos produtos e da circulação de objetos e culturas, e ainda a sociedade pós-industrial a qual transforma o que se puder imaginar em *commodities* (bens que não existem enquanto objetos táteis, mas tem um valor/ação no mercado) são ingredientes de um contemporâneo dinâmico e fugaz, no qual cada sujeito tenta um delicado equilíbrio entre o que é efêmero e o que é constante. Acrescentamos a isto o fato de que, com o fim das certezas absolutas da modernidade, o sujeito foi jogado no turbilhão pós-moderno onde não existem certezas nem do que se quer, nem do que se é. Assim, eles estão fadados a buscar sua identidade nas várias facetas da sociedade.

Esta visão é compartilhada por diversos autores de nossa referência bibliográfica que percebem que, com os valores sempre em mutação, com a compressão do tempo e circularidade de informações, se esvaem os pontos de ancoragem e os sujeitos não têm mais bases sólidas para a construção de sua identidade. Esfacelados os velhos referenciais de identidade, a construção desta identidade se daria justamente no cambiar entre os grupos aos quais os sujeitos pertencem.

Baudrillard (1981) explora a possibilidade da sociedade se apresentar no imaginário como um grande seio provedor em que todos teriam acesso. E se pensarmos, hoje os acessos aos bens e serviços são infinitamente maiores/melhores, do que há um século atrás. Causa e consequência de uma cultura híbrida, na qual quase tudo vale, e quase tudo pode ser experimentado. Cultura que mistura culturas – etnias, línguas, hábitos, e que Canclini (1992) observa como sendo ao mesmo tempo local e global, ou seja, há o todo na parte e há a parte no todo. É assim que se forma um imaginário complexo e da derivação de uma sociedade e de um imaginário complexo só poderiam resultar sujeitos de identidades complexas.

Identidades complexas no sentido que são multifacetadas, complementares, mutantes. Maffesoli (1995) acredita que os sujeitos construam suas identidades no

pertencer, ou não, a certos grupos; ou dizendo melhor, no trânsito entre estes grupos. Idéia compartilhada por Baudrillard (1981) e Featherstone (1995), com o acréscimo destes dois de que são os bens e objetos que demarcarão as relações sociais.

No trânsito entre os grupos, os sujeitos contemporâneos podem ser ora formais, ora informais, interessados em filosofia oriental e devoradores de *junk food*; apreciadores de arte renascentista e colecionadores de latas de Coca-Cola; ouvirem Mozart, Cypress Hill e Caetano Veloso; usar um vestido Chanel com sandálias artesanais feitas pelas índias de alguma tribo exótica. Quer dizer, no momento que se tem toda esta gama de opções ao dispor de qualquer um – ao menos em ideal – o sujeito não se sente mais compelido a escolher um, mas a experimentar todos, princípio básico da cultura de consumo (BAUDRILLARD, 1981). “É certo, podem-se possuir coisas, mas, pouco a pouco, é-se possuído por elas. E é essa possessão comum à maioria, que funda, em pontilhado, a comunidade humana. Assim, a participação no mundo dos objetos materiais culmina num espírito comum, outro modo de nomear a espiritualidade” (MAFFESOLI, 1995, p. 219). E aqui não falamos apenas dos objetos que os sujeitos/grupos consomem, mas de como consomem e das idéias que adotam.

Num círculo vicioso podemos pensar que este comportamento é reforçado pelo grupo, ao mesmo tempo em que fortalece o grupo em si. A questão de se pensar o funcionamento do grupo está ligada à idéia de Maffesoli (1995) de que o contemporâneo é marcado pelo tribalismo: várias tribos, vários grupos que se unem por afinidade, pelo puro “prazer de estar junto sem propósito nem finalidade” (MAFFESOLI, 1995, p. 36).

Esta afinidade pode ainda ser pensada como o “algo maior”, ou o imaginário, que como vimos, tem sempre uma referência coletiva. Portanto, os grupos/tribos seguem padrões de comportamento, seguem modas, têm gostos em comum. Mas como referimos anteriormente, há uma constante migração entre os grupos e há uma grande diversidade na sociedade complexa. Surge em meio à complexidade e à diversificação, a necessidade de modelos de identificação que dêem aos sujeitos a sensação de estar no caminho certo, de pertencimento a um grupo, podem ser

líderes de opinião e/ou serem modelos de conduta. Em outras palavras: existem modelos que servem como marcos, balizas, inspirações na construção da identidade dos sujeitos contemporâneos. A este respeito Manguel (2001) observa que nossa identidade deriva das imagens de espelho que existem fora de nós mesmos, e “essa identificação alienante é o modo que aprendemos a nos ver” (MANGUEL, 2001, p.219).

Ferrés (1998) complementa dizendo que, mediante a observação de modelos, o indivíduo esboça reações e expressões emocionais por empatia ou identificação. Para complementar, o pensamento do autor Michel Maffesoli defende que a sociedade atual precisa de modelos comuns que lhe permitam o jogo da identificação, da troca de papéis, da transferência, do onírico. Em suas palavras:

Sonha-se sua vida, ou suas vidas, e assim se as integra ao imaginário mais global da comunidade. Ou, mais exatamente, as representações de papéis com sua carga onírica, são ao mesmo tempo causa e efeito desse imaginário comunitário (MAFFESOLI, 1995, p. 79).

Se o imaginário comunitário é povoado de modelos, interpretamos/reinterpretamos que também Frida Kahlo deve corresponder a algum modelo de identificação. Este modelo, em nosso ponto de vista, estaria tanto ligado à sua obra quanto à sua personalidade, já que, como dissemos em outros momentos, em se tratando de Frida, fica difícil saber onde começa um e termina outro. Talvez esta falta de fronteira entre a pintora e a mulher seja uma pista para compreendê-la dentro de um contexto pós-moderno em que as fronteiras já não são importantes, mas o espaço híbrido que se forma entre a artista e a obra.

Apesar de tanto ela quanto sua arte ser até então pouco conhecidas do grande público, Frida Kahlo volta em 2003 numa versão cinematográfica e com direito a diversas reportagens que a trazem como um mito. Um mito ao mesmo tempo distante e próximo: distante em espaço, em tempo, em realidade social; mas próximo porque se mostrava, em sua dor, a fragilidade, porque escancarava sua vida e seus amores em imagens coloridas. A resistência, a impetuosidade de Kahlo, sua ligação com o que é mágico e misterioso na cultura mexicana, aliados ao seu sucesso enquanto artista modernista e póstumo, transformam-na, além de modelo, numa espécie de mito: o mito que venceu a dor, a pobreza do país pobre, a

condição feminina limitante da época, desafiou preconceitos. Desta forma interpretamos/reinterpretamos que uma identificação com Frida pode ser fácil, já que a interação social dos indivíduos se dá via imaginário, e é por isto que a identificação do público com o mito se faz tão importante, no momento que ela, baseada na mitologia, supera carências do homem atual o qual vive perdido em um mundo de raciocínio e progresso constantes.

Comentando o papel da mitologia na obra de Morin (1999), Martín-Barbero (1997) considera:

Se uma mitologia funciona é por que dá respostas a interrogações e vazios não preenchidos, a uma demanda coletiva latente, por meio de esperanças que nem o racionalismo da ordem dos saberes nem o progresso na dos haveres têm conseguido extirpar ou satisfazer. A impotência política e o anonimato social em que vivem a maioria dos homens reclama, exige esse suplemento-complemento, quer dizer, uma razão maior de imaginário cotidiano para poder viver (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 83).

Morin (1999) observou a dialética entre as exigências do sistema de produção cultural e as necessidades dos consumidores, donde concluiu que é o próprio imaginário que faz a mediação entre os modelos dados pela indústria cultural e as formas arquetípicas interiorizadas, gerando um equilíbrio, uma vez que ao mesmo tempo em que os arquétipos são transformados em estereótipo, estes têm de se renovar constantemente, pois a renovação é o grande motor da cultura de consumo. Neste sentido, podemos inferir que a “mania” Frida Kahlo (GARCIA; MIRANDA, 2005) viria em certo sentido para renovar e assim manter o movimento da cultura de consumo, mas ao mesmo tempo só seria possível por que Kahlo faz referência a arquétipos e papéis definidos no inconsciente da sociedade e com os quais buscamos identificações, como exploraremos em subcapítulo posterior.

Antes, porém, lembramos que conferir às imagens de Frida uma identidade mítica nas suas múltiplas interpretações de si própria ou mesmo nas interpretações contemporâneas de sua imagem significa trazê-la como forma simbólica para o campo subjetivo das emoções, da sedução. Retomando o momento anterior, vemos que há uma transferência emocional do modelo para o produto (FERRÉS, 1998), portanto, neste caso, a relação se retroalimenta no momento que ela é ao mesmo tempo modelo identificado por diversas personalidades, assim como um bem de

consumo, especialmente quando empresta sua obra ao comércio na pós-modernidade.

Em suas imagens, Frida Kahlo retoma o que é aurático através de sua obra e ao mesmo tempo o que é popular (ROQUE, 1995). Ela é mulher, é homem e é mutante no momento em que se permite mostrar como bissexual. Frida é latino-americana como insiste em mostrar nos elementos de sua obra, mas passeia por países diferentes e mostra-se como uma cidadã do mundo. Como mostrou a análise sócio-histórica do segundo capítulo, Kahlo carrega o aspecto revolucionário da modernidade da busca do novo, e ao mesmo tempo apóia-se em tradições arcaicas da cultura tehuana local. Busca, na fotografia, inspiração para a pintura. Na pintura, há uma tentativa de vencer a dor do real em imagens que levam ao surreal. Na simplicidade há o excesso e, no excesso, o vazio. Há dor e paixão na história de superação e limites da pintora. Por isto, a questão da identidade no imaginário de Frida Kahlo transforma-se num grande leque, mas ao mesmo tempo nos aponta um caminho paradoxalmente múltiplo e único: a complexidade, tal qual experimentamos no cotidiano.

Encontrar-se nesta complexidade, eis o grande jogo da sedução. E se a sedução está ligada ao feminino, este é o caminho que vamos tomar.

4.2 O FEMININO SEDUTOR E COMPLEXO

O feminino está ligado à beleza, e esta ao corpo, e o corpo à sedução. A sedução se dá no consumo, e o consumo é a cultura do contemporâneo. Ou seria o contrário: a cultura contemporânea do consumo se dá via sedução, por meio da forma/corpo belo, e o belo é o feminino? Em Kahlo, perceberemos neste subcapítulo, estes aspectos subvertem a ordem do raciocínio e, paradoxalmente, falam de sedução até mesmo quando olhamos para o bizarro, o irreal, o bissexual.

Para pensarmos a influência da sedução e do feminino nas imagens de Frida Kahlo, nos apoiaremos em Lipovetsky (2000) que, ao analisar a permanência e

a revolução do feminino nas sociedades ocidentais, propõe que o feminino passou por três períodos ou três fases dentro de um contexto sociocultural. Numa análise da história do feminino, o autor volta aos primórdios das civilizações para encontrar o perfil da *primeira mulher*. Segundo ele, esta mulher era depreciada, vista como um mal necessário à procriação da espécie e a funções sem destaque social. Desvalorizada, a primeira mulher era vista como má e perigosa, recordando o mito bíblico em que é a mulher, Eva, quem faz o homem, Adão, pecar e ser expulso do Paraíso. Também as deusas da mitologia greco-romana são causadoras de intriga, de mal-entendidos e desavenças. Se lembrarmos de Cleópatra, veremos que, mesmo quando reverenciada, a mulher se impunha pela coação, despertando medo, inveja e até a discórdia entre os homens. Já a *segunda mulher* seria uma mulher criada, idealizada e idolatrada a partir do que o masculino espera dela, e desta forma, o feminino aparece subordinado ao masculino, e cujo papel social estaria muito mais ligado a casa e à tradição patriarcal.

Fatos históricos como a revolução sexual nos anos de 60 e 70, a proliferação dos movimentos feministas e até mesmo a própria sociedade industrial – que colocará a mulher no serviço da fábrica – aliados a todo um contexto cultural, irão, cada vez mais, libertar a mulher; culminando no que Lipovetsky (2000) chama de a *terceira mulher*.

A *terceira mulher* é “uma autocriação feminina” (LIPOVETSKY, 2000, p.236). Ela não está mais subordinada ao homem ou a um papel social pré-definido, está sujeita a si mesma, a seus gostos, as suas preferências. Contemporânea, mutante, indeterminada, ela se identifica bem mais com a proposta pós-moderna de Coelho (2001) do que com os limites claros da modernidade, apesar de Lipovetsky (2000) considerar que ela ainda está presa a certos dogmas. Acima de tudo, este autor considera que, ao menos em ideal, não há mais lugares fechados à mulher. Ela tem amplo domínio nos diversos setores de sua vida, estando à mercê de si próprio, ninguém mais.

Pela descrição da análise discursiva paralela a uma contextualização histórica (THOMPSON, 1995) acreditamos ser nesta mulher que encontramos não só Frida Kahlo, mas também as potenciais consumidoras contemporâneas de seu

estilo. Começando por Kahlo, nossa justificativa para esta afirmação é de que ela sempre rompeu com as tradições impostas pela sociedade patriarcal e machista – como é a mexicana, e toda a latino-americana – no momento em que escolhia se vestir ora como homem e ora como mulher, e mais do que isto, como índia theuana. Desde muito jovem transitava entre grupos políticos revolucionários, era atrevida, ousada e impetuosa segundo suas biografias, e estas características não se encaixam em nada às descritas por Lipovetsky como pertencentes ao que ele chamou de perfil da *segunda mulher*.

Kahlo nos parece mais ligada a esta terceira mulher, porque não está mais subordinada ao homem ou a um papel social pré-definido, está sujeita a si mesma, a seus gostos, a suas preferências. Prova disto é que ela escolhia agradar primeiro a si mesmo, transitando entre o masculino e o feminino, no trajar e no se portar e também, é claro, em suas relações afetivas.

Pós-moderna por excelência, buscava no passado as raízes da moda que vestia, já que, segundo Herrera (1994), a história e as tradições mexicanas tinham grande importância para ela, tal qual aparece no contemporâneo, quando – por uma situação de orfandade causada pelo processo de globalização – os sujeitos se voltam às suas raízes e buscam reviver a tradição de seus antepassados (OLIVEN, 1992).

Os biógrafos, porém, relatam que parte do trajar de Kahlo era não apenas para preservar a cultura mexicana, mas também para agradar o marido, Diego Rivera, que também tinha forte apego à cultura mexicana, e gostava de ver a mulher vestida como as índias tehuanas. É importante ressaltar que, em nossa interpretação/reinterpretação, o fato de Frida se vestir para agradar o marido não estaria relacionado à figura da *segunda mulher* submissa ao desejo masculino (LIPOVESTKY, 2000), mas à sedução feminina, que se satisfaz tanto em agradar a si mesmo quanto ao homem. Por isto, chega a ser irônico encontrar em Kahlo (que se vestia para agradar o marido) a inspiração de mulheres que vestem a moda ditada por outra mulher, para estar mais de acordo com o mercado de consumo do que com o gosto masculino.

Temos aqui um paradoxo, se levado em conta que Frida vestia flores, babados e colares extremamente femininos, e outrora aparecia de gravata, ou ainda seduzindo outra mulher. Mas isto também pode ser pensado em relação a sua liberdade, uma liberdade tão grande que a permitia transitar entre os estilos, os gêneros e os modelos, sem perder a identidade e a autenticidade. Ou diríamos melhor: Frida Kahlo já se permitia a construção de uma identidade fragmentada, formada no trânsito entre os grupos que ela escolhia.

Uma concepção de mundo que, provavelmente, passa através do estilo Frida Kahlo às mulheres contemporâneas: há uma proposta de liberdade especialmente no trajar, que ela pode se vestir de maneira feminina sem comprometer sua imagem social, que já esta não é de segundo sexo, de submissão. Por isto, as mulheres contemporâneas permitem-se ora inspirar-se nas flores românticas e fortes de Kahlo e ora vestirem ternos – agora não mais masculinizados. Elas podem usar xales delicados e sandálias em acrílico; bolsas artesanais e camisas sintéticas. Em nossa interpretação/reinterpretação, o ecletismo e o hibridismo pós-moderno (que permeiam a moda e os costumes) permitem que as mulheres contemporâneas misturem gostos, tendências, estilos e interpretações sem que sejam obrigadas a optar por uma visualidade apenas. E é exatamente neste trânsito que elas formam a sua identidade, e que se encontram identificada com Frida Kahlo, a mulher camaleão.

Nesta ótica, outro exemplo que temos é que, atualmente, aceitar o papel de mulher não significa cristalização, ao contrário de outros tempos, onde a questão de sexo era muito mais estereotipada, tendo a própria Frida Kahlo como exemplo, já que, durante um período de sua vida, usou cabelos curtos e trajes masculinos. A pintora andava entre dois mundos: o masculino e o feminino, num tempo de pouco trânsito entre os gêneros. Hoje, as mulheres adotaram as roupas, as profissões e até as mesmas obrigações sociais anteriormente exclusivas do homem. Por isto, nada mais justo que ela busque inspiração em mulheres que já cambiavam nestes dois espaços. Não estamos dizendo com isto que as mulheres se masculinizaram, pelo contrário, acreditamos que até mesmo a masculinização do feminino é uma etapa já vencida. Por isto, percebemos também que *a terceira mulher*, que é a consumidora exposta ao modismo Frida, não esteja mais preocupada em ser igual ao homem,

mas em ser e mostrar-se diferente, mesmo quando ocupa as mesmas profissões, usa roupas semelhantes, é homossexual, ou seja lá qual for a noção de estilo de vida que tenha adquirido. Observemos que, por mais que hoje surjam figuras andróginas que nos confundam sobre seu gênero, ao longo de toda a história humana, a diferença ente homens e mulheres no que diz respeito ou as formas ou aos hábitos, sempre foi possível e mais evidente.

Mas, para continuar especulando sobre os motivos que levam a aceitação do estilo Frida Kahlo pelas mulheres, temos que ter em vista que, na contemporaneidade, a beleza está extremamente associada ao feminino. “As imagens mostram, os comportamentos provam e as expectativas confirmam: a beleza não tem o mesmo valor no masculino e no feminino” (LIPOVETSKY, 2000, p.101). Este pensamento vem ao encontro do de Baudrillard (1981) e de Ferrés (1998) que dizem que a sedução pertence ao feminino, mas nem sempre foi assim.

Lipovetsky (2000) comenta que a invenção da mulher como belo sexo é um fato que vem com o humanismo na Renascença. Antes, caíam sobre o homem as glórias da beleza, a exemplo da arte grega, em que as formas masculinas dominavam o ambiente. Neste tempo, a beleza feminina era maléfica; como uma arma de sedução só voltada para causar discórdias e intrigas. Há ainda a visão medieval ligada à cristandade, que via no corpo o templo do pecado e uma cortina que escondia a alma, devendo, portanto, ser relegado. Em ambos os casos percebemos uma relação com o que o mesmo autor comenta ser a visão da *primeira mulher*.

Com a Renascença, porém, a beleza feminina volta a ser cantada em versos e nas telas. Mas a veneração da mulher como o belo sexo data somente de pouco antes dos tempos modernos, atrelada ao surgimento do estado e das classes sociais, que faziam com que *algumas* mulheres de classes privilegiadas pudessem *tornar-se* belas, através dos cuidados que dispensavam à sua figura e aos adornos de que dispunham (LIPOVETSKY, 2000). O grande salto da beleza feminina como cultura viria somente com a modernidade, quando ela se transformaria num produto/imagem de massa (LIPOVETSKY, 2000). Era chegada a era das modelos, das *pin-ups*, das grandes estrelas de cinema que elevariam o feminino como

estandarte do belo (MORIN, 1989). Observemos que este tempo é contemporâneo à Frida Kahlo, uma mulher que, segundo sua biografia, tinha uma bela figura, especialmente no rosto e no traje – como mostra a Figura 46, retrato feito pelo fotógrafo de amante Nicholas Murray – mas um corpo deformado por cicatrizes.



Fonte: Kettenmann (2001)

Figura 46: A bela Frida Kahlo

Conseqüência direta de uma cultura do belo, o culto ao corpo vem se intensificando como prática social, e é tema recorrente em nossa referência bibliográfica. Retomando historicamente à questão do corpo já mencionada anteriormente, Baudrillard diz que primeiro o corpo era visto como algo sagrado, pertencente a Deus somente. Por isto, um corpo que nascia deformado ou doente era a expressão do desejo divino. Sendo assim, esconder cicatrizes, defeitos e feridas, mais do que proteção ou apelo estético, está ligado também ao pudor, pois, na lógica da teologia, tais marcas seriam castigo; conseqüentemente, o portador das marcas – no caso Frida Kahlo – acabaria por expor não apenas um corpo sem atributos estéticos, mas as marcas de sua praga, a comprovação de seu desmerecimento da bênção divina. Acreditamos que, por mais atéia que Frida

apareça na bibliografia consultada, a questão da vergonha da doença está presente no imaginário humano, inclusive no seu.

Mas continuando a história do corpo, este passou a ser observado como força de trabalho, na perspectiva de uma lógica industrial. Nesta ótica, um corpo saudável é bom e belo, e outra vez o corpo doente e defeituoso vai causar constrangimentos já que ele não está apto a produzir. Interpretamos/reinterpretamos esta consciência na biografia de Frida Kahlo – e que, de certa forma, passará as suas imagens – quando vários autores dizem que ela “reage pintando”. Parece-nos que pintar vem como uma tentativa de superação de limites, de superar os limites do corpo através de capacidades que não lhe foram usurpados pela doença. Dito de forma simplista: se ela não podia cozinhar, varrer, cuidar de filhos, ao menos poderia pintar.

Além do que Herrera (1994) afirma que o aspecto financeiro estava muito envolvido no fato de Frida começar a pintar, pois a iniciativa de oferecer as telas à venda foi para ajudar nas despesas da casa, cada vez mais duras devido à doença da mexicana.

Com o advento da sociedade de consumo que o corpo passa a ser visto como objeto de troca, aliás, “o mais belo objeto de consumo” (BAUDRILLARD, 1981, p. 157). Baudrillard (1981) e Maffesoli (1996) seguem a mesma linha de pensamento, mostrando que o corpo hoje se tornou mais um objeto de consumo, de sedução e aceitação social. Através do corpo, acreditam estes autores, um intercâmbio é possível. Uma troca via sedução que parece coexistir em nossa interpretação/reinterpretação a respeito do corpo de Frida Kahlo, pois, em muitos momentos anteriores, referimos que ela se ornamentava para agradar o marido, Diego Rivera, e que suas amplas saias tehuanas tentavam disfarçar a deformidade física, ou seja, Frida queria ser bela, sedutora e atraente.

Já no contemporâneo, os trajes, acessórios e modismos inspirados em Frida parecem ter um fim semelhante, a sedução. Agora não através do esconder os defeitos, mas de uma visualidade que remete ao calor México, a passionalidade de

Kahlo, a feminilidade das flores. Ou seja, um estilo semelhante para uma intenção semelhante: a sedutora troca.

Esta troca torna o culto ao corpo, tão evidenciado na contemporaneidade, não um ato narcisista, mas um fenômeno global em que os sujeitos são levados a cuidar da aparência por uma questão muito mais de aceitação social e pertencimento grupal, do que pela satisfação individual. Além disto, a busca de um corpo perfeito está ligada a questões estéticas da forma, que são de fundamental importância em uma sociedade movida pela imagem na qual percebemos que “Há uma erótica dos corpos, isto é, eles, na perspectiva de uma estética generalizada, são fatores de união, criam comunidade” (MAFFESOLI, 1995, p. 149).

Em nossa interpretação/reinterpretação encontramos aqui aspectos significativos em relação ao nosso objeto, as imagens de Kahlo. No primeiro momento olhamos para a pintora enquanto mulher e para suas obras. Aqui percebemos a importância das questões de corpo e que vem ao encontro de nossa teoria. Começando pela própria imagem da pintora, que nunca foi um ícone de beleza, e chegava até mesmo a se retratar de forma bizarra. No entanto, as fotografias encontradas em suas biografias mostram uma jovem muito bonita, cujos enfeites e roupas escondem tanto a dilaceração do corpo doente quanto as dores da alma.

Se para Baudrillard (1981) o corpo doente era motivo de vergonha porque representava um castigo divino, Frida Kahlo soube disfarçar a deformidade física em saias amplas, roupas coloridas, e distrair-nos dos defeitos com bijuterias muito grandes, que roubavam toda a atenção para si. Ou seja, ao olharmos para a festa de cores, de estampas e de brilhos, não imaginamos que, por baixo dela, se oculte um colete corretivo, uma poliomielite, uma coluna bipartida, uma perna defeituosa, cicatrizes de um acidente quase fatal e de inúmeras cirurgias. Reinterpretamos em Frida Kahlo, uma feminilidade sedutora e um prazer estético incríveis, e daí a identificação com o feminino contemporâneo, que busca, nos editoriais das revistas de moda, dicas de beleza para disfarçar barrigas salientes, coxas largas, colos manchados. Ao que parece, além de companheiro de pintura, o espelho de Kahlo foi conselheiro, pois, antes de pintora, Frida era mulher.

Já nas suas obras, o corpo feminino (o seu próprio corpo especialmente) aparece repetido inúmeras vezes, e este é um ponto de fundamental importância a ser analisado, que em nada se contrapõe ao anteriormente dito, apenas complementa com uma nova visão: a idéia da repetição do corpo nas obras de Kahlo como um espaço de sacralização/dessacralização. Ao ser repetido, o corpo gera, dentro da própria repetição, a diferença, cria espaços de sacralização, que passam pela elaboração de imagens com forte carga inconsciente, geralmente, ligadas a processos obsessivos, no caso de Kahlo, a morte (CATTANI, 1997).

Talvez pela doença, Frida deu-se conta de sua condição de mortal. Acentuado a isto, sua cultura mexicana, que tem a morte como uma grande festa, e sua raiz latina que confere dramaticidade ao fato. Kettenmann (2001), na biografia da artista, confirma sua obsessão com a morte e retrata que sobre sua cama, em forma de dossel, estava preso um esqueleto, símbolo de morte.

Além da morte, a pesquisadora Cattani (1997), ao estudar a obra da pintora mexicana, percebe que a repetição do corpo em suas obras – ainda que de forma cambiante, transformada, irreal – está diretamente ligada ao fato dela sofrer com a deformidade física e, com o advento do surrealismo, achar uma forma de expressar seu corpo como o sentia, ou o que nele lhe incomodava. Isto fica claro ao olharmos obras como “As Duas Fridas” (1939) ou “Auto-retrato na Fronteira do México e dos Estados Unidos” (1932).

Segundo Cattani (1997) o desdobramento do corpo nas telas de Kahlo é muito presente, trazendo a questão do duplo, ou seja, de uma identidade incompleta, ou mutante, tal qual a dos sujeitos pós-modernos. Ainda neste paralelo, a autora descreve que há um imenso cuidado com as vestimentas e aparência em algumas obras da artista, já em outras, seu corpo aparece dilacerado, doente, com órgãos expostos. A autora acredita que:

Esses dois lados de suas obras não são opostos, mas complementares: a preocupação com a aparência, com a vestimenta, com o figurino, com a fantasia, pode ser uma maneira de tentar resgatar a unidade dos corpos. Simultaneamente, as dualidades os dessacralizam, pois mostram suas contradições e suas ambigüidades (CATTANI, 1997, p. 132).

Cattani (1997) conclui de forma brilhante, dizendo que talvez a recorrência da auto-imagem de Kahlo, sua repetição em excesso, nasça de uma auto-ironia, “do ir além do retratar (se), para representar aquela de quem nunca ninguém viu a face” (CATTANI, 1997, p. 133). Esta conclusão nos remete à identidade contemporânea, pois, assim como Frida Kahlo retratava, em cada tela, uma nova Frida (sempre a mesma e sempre diferente) e, em cada imagem, buscava desvendar sua identidade complexa, é provável que os sujeitos pós-modernos se identifiquem com esta busca incessante da pintora. Ou ainda, que eles se identifiquem com uma ou outra situação retratada pela artista plástica.

Mas também é provável que a quantidade e a variedade tanto das obras de Kahlo recuperadas pela mídia (lembramos que nossa bibliografia aponta mais de 200 telas), quanto das interpretações midiáticas das imagens de Frida Kahlo, permitam algumas identificações, no momento que a variedade – mesmo havendo um estilo – permite que mais sujeitos se identifiquem com a mesma imagem, pelo gosto se não a uma ou a outra.

Além disto, os retratos repetidos de Kahlo fazem alusão à tautologia atual das imagens que se proliferam de tal maneira que se anulam. Assim como as mulheres que ontem se vestiam em estilo andrógino, hoje como Frida Kahlo, amanhã de forma diferente e, no cambiar de estilos, sempre seguem a coletividade, anulando em parte, a individualidade.

Esta anulação da individualidade está ligada às questões da moda, que curiosamente, ao mesmo tempo em que propõe a autenticidade, vende a uniformidade. A autenticidade buscada pela identidade pós-moderna está ligada ao que Coelho (2001) chamou de Cultura do Narcisismo. Esta cultura narcisista não é uma cultura de auto-afirmação, mas uma cultura que reflete a perda da individualidade, o vitimismo e a paranóia. E não é isto exatamente que temos nas telas de Kahlo? Um narcisista que se retrata como vítima, deixando entrever seus devaneios, suas obsessões com o corpo. Percebemos na sua obra todo um imaginário de marginalização “de expulsão, do movimento forçado do interior para o exterior, a impressão que se está sendo manipulado e ocupado por forças estranhas” (COELHO, 2001, p. 154).

Coelho (2001) esclarece ainda que é próprio desta cultura estar ligada ao imaginário da marginalização, por que nega a uniformidade do indivíduo, acreditando antes, que este viva numa constante busca por si próprio, por quem é. E é justamente por isto que Maffesoli a chamaria de cultura de identificação. Além disto, as imagens de Frida são representativas de uma visualidade pós-moderna, que, segundo autores como Harvey (1992) e Coelho (2001), incluem o feio, o sujo, o bizarro. O que se pode compreender quando lembramos do primeiro capítulo e percebemos que a cultura atual é o resultado de visualidades somadas, ecléticas e híbridas. Paralelo à moda parece haver uma aceitação ampla de todos os gostos e padrões.

Isto explicaria em parte a aceitação das imagens da defeituosa e da bizarra Kahlo no contemporâneo. Mas a nossa análise discursiva das imagens pós-modernas de Kahlo, as imagens midiáticas, nos mostraram apenas corpos perfeitos, pessoas saudáveis, e até mesmo o filme de Julie Taymor (2003) foi condenado por mostrar Frida Kahlo quase perfeita anatomicamente. Em nossa interpretação/reinterpretação, isto acontece porque, apesar de nos reconhecermos como seres imperfeitos – tais quais Kahlo, sempre em busca de esconder as imperfeições, nossa sociedade está imersa na estética do corpo perfeito, o corpo sedutor que se liga ao consumo. E é desta forma que ele deve ser proposto aos consumidores.

Explorando mais este aspecto, temos que, inerente ao corpo, especialmente no aspecto visual da forma, a sexualidade “orientada hoje toda a parte de redescoberta e o consumo do corpo (...) No corpo ‘erotizado’ predomina a função social da permuta” (BAUDRILLARD, 1981, p. 163). A sensualidade, ou sexualidade, é que faz com que se *deseje* o outro, e também que se busque ser *desejável* pelo outro. Desta forma, os sujeitos se lançam a um mercado repleto de produtos que prometem a beleza, a juventude e a forma perfeita.

A beleza e a juventude são inspiradas, ou melhor, ditadas pelos mitos e modelos anteriormente comentados. Neste caso, os modelos que vendem à promessa de sedução as atrizes como Salma Hayek, Claudia Ohana, e as modelos dos editoriais que são representações de Frida Kahlo, na forma física ideal. Além da

perfeição estética, a forma física ideal na atualidade está associada ao perfil esguio. A obsessão pela magreza, como forma física ideal (BAUDRILLARD, 1981), movimentou um gigantesco mercado de dietéticos, *lights* e acessórios para ginástica. Vejamos que até mesmo a moda – salvo nichos de mercado potencialmente explorados – é feita sob medida aos magros. Uma das explicações para a busca do perfil esguio, especialmente o feminino, diz que as formas arredondadas do corpo estão associadas à procriação. Com a libertação sexual, as mulheres parecem querer se afastar desta forma que as lembra daquilo que seria sua função natural, a de reprodução (LIPOVETSKY, 2000).

As mulheres deste tempo, pelo que revisamos até aqui, têm as características da *terceira mulher* de Lipovetsky (2000), ou seja, estão sujeitas apenas a si, sua postura, seu prazer. Baudrillard está de acordo com esta idéia ao analisar o modelo feminino na sociedade de consumo, dizendo que este modelo “prescreve mais à mulher a necessidade de se comprazer a si mesma” (BAUDRILLARD, 1981, p. 112), mas, ao mesmo tempo, o autor salienta que, no âmago da questão, ainda se convida às mulheres a brincarem de bonecas consigo próprias, numa lógica onde elas têm prazer exatamente em agradar. Isto nos identificaria em muito com a sedutora Frida Kahlo, pois, apesar de todas as questões referentes à sua forma física, ela é descrita pelos biógrafos como uma mulher extremamente sedutora, capaz de conquistar homens e mulheres. A sensualidade de Kahlo é explorada por Taymor (2003) em vários momentos, como na dança entre as personagens Frida e Tina Modotti (Figura 47).



Fonte: Revista Set (2003)

Figura 47: Sedução e sensualidade em Kahlo

A respeito da bissexualidade de Frida, evidente na figura anterior, recordamos ainda que Baudrillard fala não apenas de uma *terceira mulher*, mas da emergência de um *terceiro modelo hermafrodita*, ligado à juventude, à bissexualidade, ao narcisismo e, por isto mesmo, mais próximo ao modelo feminino do que ao masculino, donde se conclui que “assiste-se hoje a extensão do modelo feminino em todo o campo do consumo” (BAUDRILLARD, 1981, p. 113). O consumo, mostrou-nos Ferrés (1998), passa pelo viés da sedução, e a sedução é feminina, derivada do hermafrodita (BAUDRILLARD, 1991). No jogo da *estratégia das aparências*, este autor nos fala que a sedução é poder do feminino.

Tanto em sua obra intitulada *A sociedade de consumo* (1981), quanto em *Da sedução* (1991), Baudrillard acredita que a sedução é da ordem do feminino. Não diz com isto que o masculino não possa seduzir, mas demonstra como o papel da mulher na contemporaneidade está ligado à sedução. Desde o momento que a mulher foi enaltecida como belo sexo, obrigou-se a agir em prol deste encantamento conferido a ela.

Seduzindo, ela ganha o que Ferrés (1998) chamaria de *as vantagens da linha emocional*, em que não é preciso explicitar as razões para se persuadir, apenas lançar mão de elementos puramente emocionais, que fazem referência à subjetividade. Uma espécie de *erotismo funcional*, que serve como ritual social de permuta e integração (BAUDRILLARD, 1981). Ou seja, podemos interpretar/reinterpretar que as imagens midiáticas de Frida Kahlo apelem a uma sedução implícita, ligada não apenas ao corpo das modelos, mas a toda uma integração de elementos, como a passionalidade de Kahlo, as cores fortes, os vermelhos, os decotes, o calor que evoca a cultura e o imaginário de um país como o México.

Mas não esqueçamos que, em nosso imaginário cultural, o sedutor está também intimamente ligado à juventude, o que talvez retome a noção de corpo referida anteriormente, quando falamos que a beleza pertence aos corpos sadios. Atualmente, até o senso comum aponta a juventude como um valor na contemporaneidade ocidental, fazendo com que a sociedade tenha uma visão muito particular do jovem. No livro *O que todo cidadão precisa saber sobre a sociedade de consumo*, Luci Gadi Pietrocolla dedica um capítulo ao mito do jovem. Segundo ela:

Ser jovem é ser belo, forte, livre, feliz e transformador. É saber lidar com o inesperado com rapidez (...) É ter a liberdade idealizada e um poder ilimitado. Ser jovem é ter dentes bonitos e limpos, pele queimada pelo sol, lábios sorridentes, cabelos revoltos e movimentos ágeis. É antes de tudo ser livre, poder escolher e mudar a vontade uma vez que o seu caminho ainda está por ser traçado. Seu tempo é o futuro, impalpável, distante, promissor! (PIETROCOLLA, 1986, p. 65).

Percebemos neste trecho a clara referência aos valores ligados à beleza, ao corpo, à velocidade das transformações e às mudanças, e da liberdade, que aparecem nos textos de vários autores como uma ânsia do sujeito pós-moderno. Além do que fica evidente que “A produção da estética hoje está integrada à produção das mercadorias em geral” (JAMESON, 2004, p. 30). Isto porque o mito da juventude não deixa aparecer às mudanças físicas que os sujeitos sofrem com o decorrer da idade, suas limitações, ou a diferença social e, numa cultura desfragmentada do passageiro, a importância de ser jovem está exatamente em poder mudar, no transformar-se e renovar-se sem medo da mudança, assim como se renovam os guarda-roupas, como se transformam os eletrodomésticos, muda o mobiliário. Ao jovem se permite ceder a estas mudanças sem questionamentos,

porque ainda está experimentando a vida (PIETROCOLLA, 1986). E é justamente este efêmero que propõe a sociedade de consumo: consumir sem seguir uma lógica, um consumo que pode ser até irracional (FERRÉS, 1998).

Possibilidades infinitas: esta parece ser a grande promessa do mito da juventude. Possibilidade de experimentar-se hoje como Frida Kahlo, amanhã como uma diva do cinema, e assim indefinidamente... O que vai ao encontro da oferta da atual sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 1981). Esta combinação ajustada fomenta toda uma cultura de busca da eterna juventude. A comprovação desta afirmativa se percebe nas academias de ginástica superlotadas de *jovens* de todas as idades; nos avanços da medicina estética-reparadora, na cosmética de prevenção e redução dos efeitos do tempo, na própria moda que, em sua apregoada democracia, expande as fronteiras de idade, enfim, toda uma indústria voltada ao jovem, ou melhor, à possibilidade da eterna juventude.

Apesar de ter sofrido com a degradação precoce do corpo, pode-se dizer que Kahlo morreu jovem, aos 47 anos, em 13 de julho de 1954. Este fato, somado ao seu trajar e à grande quantidade de retratos seus, sempre jovem, talvez sejam os responsáveis pela imagem sempre jovem de Frida que tenhamos em nosso imaginário. Uma imagem que suscita identificações.

4.3 IDENTIDADE E IDENTIFICAÇÕES NAS IMAGENS PÓS-MODERNAS

As imagens modernas de Frida Kahlo suscitam identificações em sua prospecção pós-moderna? Responder a questão problema que norteia esta tese nos parece ora simples e ora complexa. Se por um lado a resposta afirmativa parece evidente depois de tantas páginas, é preciso que sejamos cautelosos na justificativa desta afirmação, pois a conclusão parte de diversos pontos aqui reunidos.

A primeira observação que fazemos, e que pode ser observada durante o desenvolver do trabalho, é que, quando falamos das imagens de Frida Kahlo, nem sempre é evidente a distinção, se falamos de sua figura, de suas obras ou da

prospecção pós-moderna delas. Em nosso ponto de vista, isto aconteceria porque a própria artista não parecia interessada em separar vida e obra, tanto que pintava justamente sobre seu cotidiano. Esta característica de Kahlo já nos sugere um traço de pós-modernidade em sua vida, já que o que caracterizaria esta condição do contemporâneo seria justamente a falta de limites rígidos entre diversos campos, inclusive, a arte e a vida (HARVEY, 2002). Do mesmo modo se, em nossa análise e interpretação das imagens, transitamos em campos diferentes, como a arte, a moda, o consumo, as obras modernas e a releitura pós-moderna, isto se deve tanto ao fato de que, em Frida, não se pode pensar em termos de separação de campos, quanto à característica do contemporâneo pós-moderno, permeado por meta-narrativas (LYOTARD, 1986), nas quais é possível discorrer indo e vindo pelo tempo, sem perder o sentido do que se quer dizer.

Portanto, na maior parte das vezes, nossa tese trabalha concomitantemente com as imagens de Frida Kahlo em três estágios: a mulher, a obra e a prospecção imagética.

Por outro lado, este fato de que a própria artista não delimitava vida e obra, também parece nos apontar outra pista para entendermos as identificações contemporâneas com suas imagens: a espetacularização das coisas. Autores como Baudrillard (1981) vão falar que, na atual sociedade, também a informação é consumo, portanto, seguidora da mesma regra dos produtos, mostrada em espetáculo. Enquanto consumidores desta informação, os sujeitos são verdadeiros *voyeurs* das imagens, especialmente as que seguem a tendência contemporânea do *reality show*. Neste sentido, as obras de Frida Kahlo podem ser interpretadas como notas/notícias de sua vida conturbada. Notas reais, nas quais a dor, o sofrimento, a traição e a doença eram contadas de forma aberta, escancarada como os biógrafos nos levam a acreditar que era sua vida.

Acrescentamos ainda que, na contemporaneidade, as imagens de Frida Kahlo (tanto as obras quanto as releituras) não foram largadas nos meios de comunicação ao acaso, mas sempre acompanhadas de muita informação. Os jornais e revistas de nossa referência bibliográfica comprovam isto. E nos fazem crer que a

partir das imagens de Kahlo, os sujeitos foram levados a ler/conhecer a artista e por isto se identificaram com uma história ao mesmo tempo fantástica e real.

Nesta história, talvez seja a paixão declarada de Frida por Rivera um dos elementos chaves desta identificação. Se lembrarmos que, passado o tempo da mulher servil de sexualidade escondida (LIPOVETSKY, 2000), e que a mídia nos aponta constantemente para o romantismo e a sedução como papéis predominantemente femininos, podemos interpretar/reinterpretar que as mulheres se enxergaram na história de amor e de luta de Kahlo, a mulher que se vestia para preservar raízes e agradar o marido. Mas, com a mesma permissividade proposta pelo híbrido pós-moderno, em outros momentos, esta mulher poderia se vestir como homem, como dama europeia, seduzir mulheres. Enfim, no imaginário das visualidades de Frida, existem vários pontos de intersecção para quem busca imagens pares.

Fazemos esta inferência, pois sabemos que as imagens de Frida Kahlo são formas simbólicas (THOMPSON, 1995) carregadas de sentido que só se dão através da identificação que cada um faz a partir do seu repertório imagístico, mas sempre com referências na coletividade. Dito de outra forma: “A origem do sentido da imagem está dentro da própria imagem; o princípio originário da representação está na mesma representação, já que ela constitui o modo de ser do imaginário humano” (RUIZ, 2004, p. 90). Por isto, podemos pensar que a forma destes sujeitos se identificarem com Frida Kahlo é vestirem-se semelhante a ela:

Os produtos que as pessoas compram são vistos, por elas e pelos outros, pelos significados pessoais e sociais adicionados à funcionalidade. Se os consumidores não são orientados apenas pelo aspecto funcional das vestes e adornos, torna-se evidente que seu comportamento é significativamente afetado pela identificação entre eles e os bens que buscam adquirir. Uma vez que os consumidores usam a moda para representar tipos sociais específicos e formar sendo de filiação ou desassociação com a construção da identidade social por eles idealizada, podemos concluir que o uso proeminente da moda é desenvolver o senso de identidade pessoal (GARCIA; MIRANDA, 2005, p. 73).

Desta forma, interpretamos/reinterpretamos que as consumidoras se vestem como Kahlo numa tentativa de verem repetidos em si os valores que a pintora transmite que são a sedução, a paixão e a superação da dor.

A dor em princípio não nos parece um argumento de venda para qualquer produto. No entanto, nossas análises baseadas em referências bibliográficas não nos permitem passar longe deste aspecto. Em relação às imagens do contemporâneo, é interessante perceber a dor em Frida sob dois aspectos. O primeiro deles é que o sofrimento era uma constante na vida e, portanto, na obra de Kahlo. Por isto, a dor aparece em títulos de livros, artigos e demais materiais de referência, já que Frida falava abertamente de sua dor, e como vimos, esta é a real causa identificação. Mas, por outro lado, se os textos contemporâneos nos contam a dor de Frida, suas imagens falam somente de beleza, colorido, festa. E este é o segundo aspecto que queremos abordar: a dor escondida pelo belo.

Os biógrafos de Frida são unânimes quando dizem que o trajar exagerado de Frida tinha também a função de disfarçar a deformidade física da pintora. As amplas saias tehuanas, além de agradar Diego Rivera, tinham a função de esconder a perna defeituosa. As flores, os babados, as bijuterias grandes que anunciavam a chegada de uma figura peculiar, eram usadas para chamar a atenção para a pequena mulher vestida de festa, e não para o fato dela andar mancando. Os xales encobriam possíveis evidências de um colete ortopédico, e os cabelos, se longos, presos em arranjos, falavam de uma feminilidade – ou curtos, indicavam a perda do seu lado mulher.

Às consumidoras contemporâneas foi proposta esta segunda maneira de ver e vestir-se de Frida Kahlo. Aquela que diz respeito à alegria das vestes coloridas, sedução de cores quentes, o romantismo das saias e dos babados e o feminino das bijuterias. São imagens feitas para vender um estilo, sem dúvida, mas que carregam em sua essência a originalidade e os elementos que caracterizaram a pintora mexicana (Figura 48).



Fonte: Catálogo Carmim (2003)

Figura 48: Frida Kahlo em versão pós-moderna

Dizemos isto porque, exceto pelo filme *Frida* (TAYMOR, 2003) que tinha um caráter biográfico, todas as demais prospecções das imagens dela – apesar de não negarem a dor, que parece intrínseca à figura de Kahlo – não demonstram qualquer vestígio de sofrimento na sua visualidade. Pelo contrário, são modelos jovens, saudáveis e bonitas, em poses sedutoras que representam o papel de Frida Kahlo. As próprias obras escolhidas pelos editoriais para referenciá-la enquanto artista são auto-retratos belos, sem referências à dor, sangue, abortos, cicatrizes.

Em nossa interpretação/reinterpretação (THOMPSON, 1995), talvez a dor escondida seja o grande segredo das imagens contemporâneas de Frida. Podemos pensar que as consumidoras, em seu cotidiano, disfarcem, com roupas amplas, algum defeito do corpo, carreguem na maquiagem sobre um possível defeito do rosto, escolham cores vivas para disfarçar o cansaço após um dia de trabalho, vistam flores para agradar o marido, talvez elas se identifiquem com a mulher que disfarçava o sofrimento em trajes de festa.

Ou ainda, para além dos modismos, é provável que os sujeitos contemporâneos tenham também suas dores, seus defeitos e suas próprias formas

de escondê-los e sintam-se identificados com aquela que ora extravasava os sentimentos e, em outra, sabia bem disfarçá-los.

Há ainda a questão da repetição do corpo na obra de Frida. Como referido em capítulos anteriores, são mais de duzentas obras, e grande parte delas auto-retratos. Em nossa interpretação/reinterpretação, como “O sentido da imagem não é extraído do objeto de um modo natural, mas ele é sempre uma produção hermenêutica. A possibilidade da criação dos significados para as imagens não dimana do objeto, mas é produzida pelo imaginário do sujeito e da sociedade” (RUIZ, 2004, p. 68), acreditamos que, se olharmos todo o conjunto da obra de Kahlo, percebendo as imagens como formas simbólicas, veremos que há um pouco da biografia da pintora em cada uma das telas, e neste sentido, todas seriam uma espécie de auto-retratos, no momento em que, em tudo o que pintava, Frida colocava muito de si (FUENTES, 2005).

No que diz respeito à identificação dos sujeitos pós-modernos com as imagens de Kahlo, acreditamos que esta capacidade da artista de reinventar-se em cada tela, nos diz muito sobre a condição contemporânea de estarmos sempre transitando entre papéis. Em nosso imaginário, já somos um e múltiplos, tal como Frida em suas telas. Ela, que ora é animal, ora é homem ou índia, se vê e se retrata em diferentes papéis, tal como nós, com vários papéis a seguir.

Por fim, interpretamos/reinterpretamos que, na efemeridade das modas, se hoje as saias, os babados e as cores fortes ganham outros referenciais, reconhecemos neles um pouco da pintora mexicana. Sua força imagética é tão grande que, mesmo tendo saído de moda alguns meses depois, suas visualidades ainda estão presentes, e agora são de fácil reconhecimento, pois já estão no imaginário popular. Prova isto é uma exposição com almoço festivo promovida pelo clube Leopoldina Juvenil de Porto Alegre em setembro de 2006, com ampla divulgação pela mídia.

Frida Kahlo fascina por que suas imagens (sejam as obras ou as representações contemporâneas) são formas simbólicas que permitem leituras múltiplas, interpretações infinitas, e por isto, identificações diversas. Neste sentido,

Frida já era pós-moderna: ela misturava estilos de pintura, cambiava entre os papéis de gênero, vestia-se de tradição (tehuana) e de vanguarda (trajes masculinos antes das mulheres vestirem calças). Frida Kahlo trazia riso e dor nos esqueletos que pintava e celebrava a vida junto com a morte.

Sua paleta encantada misturava as tintas e pintava o real e o mágico, o simbólico, o popular e o profano. Desta forma, a prospecção pós-moderna de sua visualidade nos suscita inúmeras interpretações, tantas que, ao final deste trabalho, nos perguntamos se encontramos mais respostas ou proporcionamos mais perguntas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como profissionais de comunicação, como professores da área, como consumidores ou como cidadãos comuns, também nós somos bombardeados de informações midiáticas, percebemos os modismos, somos interpelados por imagens que ora nos chocam e ora nos surpreendem. Quem sabe até despertam nossa curiosidade.

Este trabalho nasceu da curiosidade evocada por uma imagem numa vitrine, um pequeno auto-retrato que despertou em algum lugar da memória iconográfica um nome: Frida Kahlo. E o nome se relacionou com o contexto, que, por sua vez, nos trouxe e levantou questões como a proximidade entre a mídia e a arte, nas influências que uma tem sobre a outra e ambas têm sobre nosso cotidiano.

As imagens de arte estão presentes na publicidade e nas demais formas de consumo (como os editoriais de moda, por exemplo, que vendem uma idéia do que virá), através de anjos barrocos, de obras célebres como a Mona Lisa ou reproduções de artistas pop acolhidos pela mídia. Mas, quando o que está em voga é uma mulher, latino-americana, deficiente física, bissexual e de temperamento conturbado, começamos a refletir sobre quais seriam os pontos que apóiam esta proposta de iconografia. E a resposta surgiu via imaginário. Para desvendar o imaginário de Frida e suas intersecções com o imaginário contemporâneo, dito pós-moderno, começamos por estudar imagem.

No primeiro capítulo da tese, exploramos a teoria da imagem percebendo que, segundo Joly (1996), uma imagem sempre faz referência à outra coisa, e, portanto isto subentende que ela é uma representação de alguma coisa. Ao mesmo tempo, precisamos ter em vista que “A origem do sentido da imagem está dentro da própria imagem; o princípio originário da representação está na mesma representação, já que ela constitui o modo de ser do imaginário humano” (RUIZ, 2004, p. 90), o que nos fala que o começo da decifração de uma imagem, o nosso ponto de partida será sempre a própria imagem e o que se pode projetar a partir dela.

As prospecções, porém, só são possíveis porque aprendemos a enxergar o mundo das imagens de determinada forma, em certo processo. O desenvolvimento da visualidade humana está intrinsecamente ligado à história da comunicação visual, ponto seguinte revisado naquele capítulo em cumprimento a um dos objetivos propostos, que nos permite concluir que, ao longo de sua história, a humanidade aprendeu a construir um repertório imagístico carregado de significações que, se não são fixas, têm ao menos referências comuns. As referências estão em nosso imaginário.

Para falar de imaginário trabalhamos com as idéias de Maffesoli (1995, 1996, 2000) e de Ruiz (2004). Para estes autores, a idéia de imagem e de imaginário estão muito ligadas, especialmente porque é através delas que promovemos o vínculo social, já que estas têm significação comum.

Ruiz (2004) acredita que esta necessidade de significar e de buscar sentido nas formas seja uma forma de nos religarmos com o mundo, já que, para este autor, existe em nós uma fratura – um rompimento advindo da percepção que somos seres independentes do mundo – que buscamos preencher com significações, com sentidos comuns a todos, ou seja, com o pertencimento.

Deste imaginário de pertencimento emanam quase todas as instâncias de nossa vida, inclusive, a arte e a comunicação e também o consumo. Mas, para poder significar ou ao menos compreender os significados, é preciso que conheçamos o objeto do qual estamos falando, ou seja, como dizíamos anteriormente, ter referências. Para o cumprimento do segundo objetivo desta tese, traçamos a partir daí uma ponte entre a arte e a comunicação via imagem e imaginário, e através dela demonstramos a sedução da imagem/imaginário de Frida Kahlo na modernidade e na pós-modernidade. Mas, antes de estudar a prospecção pós-moderna das visualidades de Kahlo, foi preciso partir do ponto de onde elas foram prospectadas, e este ponto foi o tempo cronológico de Frida Kahlo.

O segundo capítulo da tese tratou de contextualizar este tempo chamado modernidade. Apoiados na tríplice análise proposta por Thompson (1995), vimos sócio-historicamente as características deste tempo e que, cruzadas à

discursividade da obra de Kahlo, possibilitaram interpretações/reinterpretações que serviram de base para o entendimento posterior das imagens contemporâneas referentes à pintora. Destacamos aqui alguns pontos que consideramos relevantes.

A não existência de limites nítidos entre a vida e a obra da pintora é um deles. Esta percepção foi importante porque, mais adiante, vamos ver que a pós-modernidade será caracterizada justamente pela falta de limites nítidos entre os campos, e que isto não aparece como uma preocupação dos sujeitos contemporâneos, mas como uma contingência. Desta forma, cumprimos o objetivo proposto na introdução deste trabalho de relacionar a falta de fronteira vida e obra de Kahlo com a falta de fronteiras experimentadas pelos sujeitos pós-modernos e seu encanto pelo que é de domínio público.

Outro ponto observado e que nos religa ao pós-moderno do terceiro capítulo, é o fato de que as imagens de Frida não seguem uma escola ou tendência artística, pelo contrário, estão povoadas de elementos com base no onirismo surrealista, nas cores fovistas, nas poses clássicas dos primeiros fotógrafos, etc. Desta forma, podemos interpretar/reinterpretar que as telas de Frida Kahlo já traziam imagens híbridas, mesmo antes da tendência pós-modernista trabalhar com a profusão e a mescla.

A mescla existe também nos temas: Frida vai da festa à dor. Na discursividade de suas telas percebemos um imaginário de intensa dor: abandono, abortos, cirurgias, traições, doenças e outros tantos males que lhe afligiram o corpo e a alma e que, quando não servem de inspiração para sua pintora, fazem o contraponto com esta, pois o colorido de Frida fica mais vivo quando colocado em paralelo à sua proximidade da morte.

Além disto, há o fato de pintar especialmente auto-retratos. Em nossa interpretação/reinterpretação, Frida Kahlo se retrata até mesmo quando não é ela o tema central de sua obra. Dizemos isto porque, levando em conta os aspectos subjetivos – aqueles que também interferem na percepção hermenêutica como propunha Dilthey (1992) – podemos inferir que havia muito da pintora mesmo quando pinta seu pai, sua irmã, ou mesmo na tela que retrata o suicídio de Dorothy

Hale (1938), muitos dos elementos presentes são aqueles que tinham alguma significação para ela, de seu cotidiano. Neste sentido, mesmo vivendo em um tempo moderno, Frida Kahlo nos faz pensar sobre a cultura do narcisismo, proposta por Coelho (2001) como característica dos sujeitos pós-modernos.

Mas nem Frida, que estava no centro de seu mundo e o retratava a partir de si própria, conseguia fugir das interferências de seu imaginário, de um imaginário que é ao mesmo tempo individual e comum a uma coletividade (MAFFESOLI, 1995). E são estas referências de sentido comum que irão passar ao que chamamos de imaginário pós-moderno de Frida Kahlo, ou seja, o imaginário refletido pela comunicação visual da contemporaneidade através da mídia. Assim surgiu o terceiro capítulo desta tese.

O terceiro capítulo, assim como o quarto, discorre exatamente sobre o nosso objeto de estudo, as imagens de Frida Kahlo num ambiente pós-moderno, elucidando as hipóteses lançadas pelo terceiro e quarto objetivo desta tese, que diziam respeito à identidade e sedução nas imagens de Kahlo. Por isto, a necessidade de construirmos esta reflexão baseada na tríplice análise de Thompson (1995). Desta forma, começamos por observar sócio-historicamente o ambiente de onde surgem estas imagens, contextualizado como pós-moderno. Após uma contextualização teórica da pós-modernidade, partimos para uma análise discursiva das imagens midiáticas de Frida Kahlo. Em nossa interpretação/reinterpretação destas, este é o primeiro ponto que podemos concluir: Na pós-modernidade, as visualidades de Kahlo estão veiculadas essencialmente na mídia.

O embasamento do capítulo dois e as análises sócio-históricas e discursivas do terceiro capítulo permitiram inferências que ligavam as imagens contemporâneas de Frida às imagens do passado, como exploramos em momento anterior para uma conclusão mais sucinta. Mas existem alguns pontos que dizem respeito às imagens midiáticas mais diretamente, e que gostaríamos de retomar neste momento. O primeiro deles é que só é possível reconhecê-las como pertencentes ao imaginário da pintora mexicana Frida Kahlo, porque foram defrontadas nos mesmos meios de comunicação com outras imagens da pintora: suas obras, fotografias e documentos.

Esta percepção é importante no momento em que reconhecemos que até então a iconografia de Kahlo não era de domínio público ou havia poucas referências a ela.

Um segundo ponto, mas muito ligado a este, é que, para que o imaginário faça a ligação das imagens atuais às visualidades/iconografia de Kahlo, foi preciso lançar mão de alguns elementos icônicos que permitiam esta identificação, como o uso de xales, flores, das cores fortes e tons terrosos de certos penteados, de bijuterias grandes, que são característicos do imaginário de Frida Kahlo, já trabalhados pela comunicação visual desde a concepção de suas obras. Na repetição destes elementos, identifica-se a imagem como pertencente/descendente de Kahlo.

É importante destacarmos este aspecto porque, na contemporaneidade, as imagens de Frida Kahlo não são cópias fiéis, mas têm apenas inspirações em sua iconografia. Salvo o caso do filme *Frida* (TAYMOR, 2003) que, por seu caráter biográfico, tenta ser o mais fiel possível às imagens da pintora. As demais imagens nos parecem estar muito mais a serviço de um contexto de consumo, oferecendo-se como produtos (como idéias de um estilo) do que como reproduções de arte. O que, numa sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 1981), faz sentido.

Em outras palavras, podemos dizer que, no imaginário da contemporaneidade, “o processo de produção de sentido de uma comunicação publicitária se dá em duas direções: uma mensagem primária, o conteúdo expresso e uma mensagem secundária, o conteúdo induzido” (SILVA, 2001, p. 95). Desta maneira, temos em Frida Kahlo uma inspiração para se fazer e vender produtos/idéias, através dos valores que ela representa. E, no conjunto de sua vida, obra e prospecção imagética, podemos observar alguns destes valores: a arte, a sedução, o feminino e a questão da identidade.

Considerando que a relevância desta pesquisa para o campo da comunicação é a verificação do uso das imagens de arte na publicidade como uma tendência contemporânea que surge apoiada/balizada pelos valores dos sujeitos contemporâneos, e também pelas identificações que estas podem suscitar. Concluimos que a arte traz alguns valores para os produtos, como a exclusividade e

o prestígio. Se o prestígio é característica dos artistas eruditos, e a irreprodutibilidade é característica da arte, é provável que possamos transferir estes valores aos produtos que levem o nome ou a aura destes. No caso de Frida, mais do que batizar produtos específicos, ela deu nome a um modismo ou estilo, refletido especialmente pela moda.

Moda, neste caso, entendida como proposta por Garcia e Miranda (2005) como um conjunto de vestes e atitudes que gera a visualidade pelo meio em que os sujeitos se relacionam. Portanto, se a moda, por sua vez, também está ligada a idéias e gestualidades, transmite valores. Em nossa interpretação/reinterpretação a moda de Frida Kahlo como imagem construída está ligada a um imaginário de sedução, especialmente, a sedução feminina.

Derivado destas observações, o quarto capítulo nos permitiu ver mais de perto as questões de identidade e gênero, donde podemos concluir que sujeitos de identidades fragmentadas buscam em Frida Kahlo uma parcela – ainda que momentânea e fugaz – deles próprios. E é a dor, a paixão e a capacidade de superação de Frida que parece alicerçar esta relação. Na mulher que se pintava a partir do reflexo do espelho, os sujeitos pós-modernos buscam também a sua face. Talvez a face de Frida reflita a busca constante, porque ela se pintou muitas vezes. E, numa ponte entre os pensamentos de Cattani (1997), Coelho (2001) e Maffesoli (1996), podemos concluir que, na obra Frida Kahlo, o corpo repetido narcisicamente é antes uma forma de se procurar do que de se encontrar. É antes uma busca, uma construção da identidade do que uma afirmação de seu eu como os sujeitos contemporâneos. Assim sendo, concluímos com surpresa que Frida Kahlo refletia-se no espelho, mas não se enxergava, se pintava por que queria conhecer-se.

E se a própria conclusão gera uma questão, podemos dizer que muito ainda poderia ser explorado no imenso imaginário imagético de Kahlo, uma vez que a pesquisa não se esgota em si mesma. Percebemos, no entanto, que foi possível responder à questão problema formulada para a realização desta pesquisa, bem como comprovar a tese apresentada: a prospecção pós-moderna da comunicação visual no imaginário de Frida Kahlo apresenta visualidades que remetem ao pós-moderno e suscita identificações com questões latentes da contemporaneidade.

Além do alcance dos objetivos, numa leitura final do trabalho, percebemos com satisfação que pesquisar as intersecções da arte com a comunicação e traçar uma aproximação entre estes campos – via consumo, sedução, identidade – é uma tarefa que nos acrescenta pessoal e profissionalmente, além de servir de incentivo para futuras pesquisas que se proponham a fazer pontes entre campos ao mesmo tempo tão diferentes e tão próximos como arte e comunicação, já que ambos são terrenos de expressão. Além disto, num ambiente híbrido pós-moderno, discutir o trânsito entre os diferentes campos, os saberes e suas relações com os vários aspectos do cotidiano (como arte, consumo, gênero, identidade, etc.) é ferramenta de comunicação para nos aproximarmos dos imaginários cambiantes dos consumidores contemporâneos.

Percebemos ainda que, por uma exigência da metodologia da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), por vezes o trabalho parece voltar aos mesmos temas. Acreditamos, porém, que isto ocorra na tentativa de deixar a pesquisa completa, correta, coesa e de fácil compreensão; e também de uma preocupação em pecar antes pelo exagero do que por omissão.

Ainda sobre este aspecto, o imaginário complexo de Frida Kahlo (e do contemporâneo) nos leva a uma série de afirmações que, por vezes, podem parecer contraditórias – como a questão da feminilidade e do bissexualismo, da dor e da festa, do popular e do erudito, dos papéis femininos, enfim. Mas, em nosso entender, estes aspectos são paradoxais no momento que coexistem não só na obra da pintora como também no cotidiano contemporâneo complexo, como propõe nossos autores. É a tentativa de conhecer-se num mundo fugaz.

Neste sentido, se a efemeridade caracteriza o nosso tempo, ela também é presente em Frida sobre duas formas: a pintora que repete o corpo cada vez de um jeito diferente, promovendo a profusão e a variedade em sua maneira de se ver e se retratar e, nos consumidores, que se espelham nesta mulher-camaleão, que ora esconde a dor em trajes de festa e ora extravasa angústia em telas hemorrágicas, mas que sempre vai ser mostrada na pós-modernidade como exemplo de sedução, de beleza e de feminilidade, mesmo em face de seu bissexualismo.

As imagens de Frida Kahlo são maneiras que ela encontrou de se procurar, de se encontrar no múltiplo cultural, místico e sexual, porque suas telas são suas formas de expressão e de significação, podemos pensar que também elas são suturas simbólicas para uma fratura real (RUIZ, 2004). A fratura de seu corpo, de seu imaginário e do nosso também. Sujeitos de identidades fragmentadas, buscando nas telas as bandagens; na dor alheia, o curativo da nossa própria dor; no desalento de Frida, consolo para os nossos desamores; na sua sexualidade ambígua, explicações para nossos próprios trânsitos; na sua repetição, nossas dúvidas e nossa efemeridade na sua paixão desmedida, nossa própria medida de sedução.

Sabemos, porém, que o imaginário de Frida Kahlo não é resposta para tudo. Mas o leque de questões que ele abre nos ajuda a perceber um panorama maior entre a arte e a vida, entre o passado e o novo, entre o erudito e o popular. E, num ambiente de incertezas, conseguir formular as questões já é um bom começo. Em outras palavras, no imaginário de Frida, encontramos suturas simbólicas para nossas fraturas reais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Obras:

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Traduzido por Estela dos Santos Abreu. Campinas: Papirus, 1993.

BARBERO, Jesús Martin. *Dos meios as mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

BAUDRILARD. *Sociedade de consumo*. Traduzido por Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1981.

_____. *Simulacro e simulações*. Traduzido por Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BLEICHER, Josef. *Hermenêutica contemporânea*. Traduzido por Maria Georgina Segurado. Lisboa: Edições 70, 1992.

BOUGNOUX, Daniel. *Introdução às ciências da informação e da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1994.

BROCKMANN, Josef Muller. *Historia de la comunicación visual*. México: Ediciones G. Gili, 1998.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas – estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Sudamericana, 1992.

_____. *Consumidores e cidadãos*. Traduzido por Maurício Santana Dias. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

_____. *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós, 2000.

CATTANI, Iclea Borsa, O corpo repetido: espaço de sacralização dessacralização nas obras de Frida Kahlo, Ismael Nery e Fernando Botero. *Estudos Ibero-Americanos*, XXIII, v. 2. Porto Alegre: PUCRS, 1997.

COELHO, José Teixeira. *Moderno pós-moderno – modos & versões*. São Paulo: Iluminuras, 2001.

DEBRAY, Régis. El nacimiento por la muerte. In: DEBRAY, Régis. *Vida e muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós, 1992.

DILTHEY, Wilhelm. *La esencia de la filosofía*. Traduzido por Eugenio Pucciarelli. Buenos Aires: Losada, 1952.

_____. *Teorias das concepções de mundo*. Traduzido por Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1992.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. Traduzido por Jefferson Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 1986.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. Traduzido por Júlio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, Amaury. *Produção gráfica para quem não é produtor gráfico*. Rio de Janeiro: Rubio, 2003.

FERRÉS, Joan. *Televisão subliminar: Socializando através de comunicações despercebidas*. Traduzido por: Ernani Rosa e Beatriz Neves. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FRANCASTEL, Pierre. *A imagem, a visão e a imaginação*. Lisboa: Edições 70, 1983.

FUENTES, Carlos. *El diario de Frida Kahlo – un íntimo autorretrato*. Madri: Abrams, 2005.

GALEANO, Eduardo. *Memória do fogo: o século do vento*. Porto Alegre: LP&M, 1998.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula. *Moda e comunicação: experiências, memórias, vínculos*. São Paulo: Editor Anhembi Morumbi, 2005.

GASTALDO, Édison, Publicidade e Sociedade. In: JACKS, Nilda. (org.). *Tendências da comunicação*: 4. Porto Alegre: L&PM, 2001.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2002.

HERRERA, Hayden. *Frida Kahlo – las pinturas*. México: Diana, 1994.

HOHLFELDT, Antônio. As origens antigas: A comunicação e as civilizações. In: _____. (Org.) *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

HONNEF, Klaus. *Pop art*. Traduzido por Constança Paiva Boléo Santana. Lisboa: Paisagem, 2004.

JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo*. A lógica do capitalismo tardio. Traduzido por Maria Elisa Cevalco. São Paulo: Ática, 2004.

_____. *Espaço e imagem*. Teorias do pós-moderno e outros ensaios. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Traduzido por Marina Appenzeller. Campinas: Papirus, 1996.

KETTENMANN, Andrea. *Kahlo – dor e paixão*. Traduzido por Sandra Oliveira. Lisboa: Taschen, 2001.

KUMAR, Krishan. *Da sociedade pós-industrial à pós-moderna*. Traduzido por Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

LELOUP, Jean Yves. *O corpo e seus símbolos: uma antropologia essencial*. Petrópolis: Vozes, 1998.

LEMOS, André. Arte eletrônica e cibercultura. In: MENEZES, Francisco Martins; SILVA, Juremir Machado (Orgs.). *Para navegar no século XXI*. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. Traduzido por Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LYOTARD, Jean-François. *O pós-moderno*. Traduzido por Ricardo Correia Barbosa. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.

_____. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. Traduzido por Maria João Batalha Reis. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

MAFFESOLI, Michel. *A contemplação do mundo*. Traduzido por Francisco Franke Settineri. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. *No fundo das aparências*. Traduzido por Bertha Halpen Gurovitz. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. Mediações simbólicas: a imagem como vínculo social. In: MENEZES, Francisco Martins; SILVA, Juremir Machado (Orgs.). *Para navegar no século XXI*. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2000.

_____. O imaginário é uma realidade. *Revista Famecos*, n. 15, Porto Alegre: 2001.

MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens: uma história de amor e ódio*. São Paulo: Cia. das Letras, 2001.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando?. In: HOHLFELDT, Antônio (Org.). *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOLES, Abraham A. Em busca de uma teoria ecológica da imagem? In: THIMBAULT-LAULAN, Anne Marie. *Imagem e comunicação*. Traduzido por Maria Yolanda Rodrigues Cintra. São Paulo: Melhoramentos, 1976.

MONTEBELLO, Philippe de. *The metropolitan museum of art guia*. Traduzido por Eugenio Caldi. Nova Iorque: The Metropolitan Museum, 2000.

MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Traduzido por Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

_____. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado. *Para navegar no século XXI*. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2000.

_____. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Traduzido por Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

OLIVEIRA, Marina. *Produção gráfica para designers*. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

OLIVEN, Ruben G. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação*. Petrópolis: Vozes, 1992.

OSTROWER, Fayga. A construção do olhar. In: NOVAES, Adauto. (Org.). *O olhar*. São Paulo: Cia. das Letras, 1988.

OUTEIRAL, José; MOURA Luiza. *Paixão e criatividade: estudos psicanalíticos sobre Frida Kahlo, Coco Chanel e Camille Claudel*. Rio de Janeiro: Revinter, 2004.

PIETROCOLLA, Luci Gati. *O que todo cidadão precisa saber sobre a sociedade de consumo*. São Paulo: Global, 1986.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. *Imagem: estética moderna & pós-moderna*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

_____. *Imagens de arte/comunicação. Tendências modernas pós-modernas*. In: JACKS, Nilda. (org.). *Tendências da comunicação: 4*. Porto Alegre: L&PM, 2001.

ROQUE, Georges. Lo cotidiano transformado por el arte y la publicidad. In: [s. autor] *El arte y la vida cotidiana*. México: UNAM, 1995.

RUDIGER, Francisco. *Crítica da razão antimoderna: tradicionalismo e cultura moderna em Hannah Arendt, Leo Strauss e Philip Rieff*. Porto Alegre: E @, 2002.

RUIZ, Castor M. Bartolomé. *Paradoxos do Imaginário*. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

SANTAELLA, Lúcia; NOTH, Winifred. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1999.

SILVA, Eloá Muniz da. *Comunicação publicitária: linguagem simbólica do consumo*. In: JACKS, Nilda. (org.). *Tendências da comunicação: 4*. Porto Alegre: L&PM, 2001.

STEIN, Ernildo. *Aproximações sobre hermenêutica*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.

STRICKLAND, Carol. *Arte comentada: da pré-história ao pós-moderno*. Traduzido por Angela Lobo de Andrade. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.

VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen: prensa cine e televisión*. Barcelona: Paidós, 1997.

VIRILIO, Paul. O resto do tempo. In: HOHLFELDT, Antônio (Org.). *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

ZILLES, Urbano. *Adorar ou venerar imagens?* Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

Artigos de Periódicos:

ANDROVANDI, Adriana. A trajetória de Frida Kahlo ganha um filme belo e sensível. *Jornal Correio do Povo*, Porto Alegre, 05 abr. 2003.

BARBOSA, Susana. À moda de Frida. *Revista Elle*, São Paulo, n. 02, ano 15, fev. 2003.

CATÁLOGO Carmim, verão 2003.

CORSO, Diana. Frida Kahlo é pop. *Jornal Zero Hora*, Porto Alegre, 20 abr. 2003.

JORNAL Correio do Povo, Porto Alegre, 05 abr. 2003.

JORNAL Zero Hora, Porto Alegre, 22 abr. 2003.

JORNAL Zero Hora, Porto Alegre, 28 abr. 2003.

MENDONÇA, Renato. Uma trilha encantada em azulão. *Jornal Zero Hora*, Porto Alegre, 06 abr. 2003.

OSÓRIO, Ticiano. Retratos de paixão e agonia. *Jornal Zero Hora*, Porto Alegre, 04 abr. 2003.

PEREIRA, Juliana. Frida. *Revista Set*, São Paulo, ano 16, edição 190, abr. 2003.

PONTALTI, Patrícia. A dor e a alegria de ser Frida. *Jornal Zero Hora*, Porto Alegre, 06 abr. 2003.

PONTUAL, Jorge. Frida Kahlo. *Revista Cláudia*, São Paulo, n. 03, ano 42, mar. 2003.

REVISTA Capricho, São Paulo, edição 911, 06 abr. 2006.

REVISTA Caras, São Paulo, n. 16, edição 495, ano 10, 2003.

REVISTA Cláudia, São Paulo, n. 03, ano 42, mar. 2003.

REVISTA Elle, São Paulo, n. 02, ano 15, fev. 2003.

REVISTA Set, São Paulo, edição 190, ano 16, abr. 2003.

THORMANN, Nora. As novas faces da mulher 2003. *Jornal Zero Hora*, Porto Alegre, 07 mar. 2003.

Artigos e Sites de Internet:

Site Folha de São Paulo: www1.folha.uol.com.br/fsp> Acesso em: abr. 2005.

www.artchive.com> Acesso em: jan.-jul.-set. 2005

www.brainstorm9.com.br> Acesso em: jul. 2005.

www.mailxmail.com/curso/excelencia/fridakahlo/capitulo7.htm> Acesso em: 25 abr. 2006.

Outras fontes:

Frida. Produção de Julie Taymor. 2003. 1 filme, sonoro, colorido.